



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

## TEMA:

“EL PERIODISMO MÓVIL EN IMBABURA: UN ANÁLISIS DE  
LA INFLUENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA COMO ALTERNATIVA O  
REFUERZO DEL PERIODISMO TRADICIONAL”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Comunicación

**Línea de investigación:** Desarrollo social y del Comportamiento Humano

## AUTOR:

Katherin Nagely Proaño Álvarez

## DIRECTOR:

MSc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

Ibarra – Ecuador – 2026



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1004879050		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Proaño Alvarez Katherin Nagely		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Barrio Guayllabamba de San Antonio de Ibarra		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:knproanoa@utn.edu.ec">knproanoa@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2517-629	<b>TELÉFONO NO MÓVIL:</b>	098411764 9

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	El periodismo móvil en Imbabura: un análisis de la influencia en la opinión pública como alternativa o refuerzo del periodismo tradicional
<b>AUTOR (ES):</b>	Katherin Nagely Proaño Alvarez
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	30/Enero/2026
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciada en Comunicación
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de Enero de 2026

**EL AUTOR:**

Proaño Alvarez Katherin Nagely

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN  
CURRICULAR**

Ibarra, 30 de enero de 2026

MSc. Judith Bayas Jiménez

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

**DIRECTOR**

MSc. Judith Bayas Jiménez

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por nunca soltarme durante este arduo camino estudiantil, por darme sabiduría necesaria para superar cada obstáculo que se presentó y cumplir cada meta que me propuse.

A mi madre, por ser mi ejemplo más grande de fortaleza y superación, por los consejos, valores y principios que me ha inculcado, y por motivarme seguir adelante en la búsqueda de mis sueños.

A mis hermanos y sobrinos, por creer en todos mis sueños, por ser incondicionales brindándome su apoyo cada vez que parecía caer, por ser ese pilar fundamental en mi vida para seguir adelante.

A mis familiares y amigos, por ser mi red de apoyo incondicional, por escucharme en los momentos difíciles, aconsejarme con sabiduría y celebrar mis logros con alegría.

A esa persona especial, J.M., gracias por ser parte de mi vida, por tu cariño, paciencia y apoyo constante, haciendo que este camino sea más alegre y significativo.

A mí misma, por todo mi esfuerzo y constancia, porque a pesar de los desafíos, con el apoyo de mis seres queridos, he logrado cumplir un sueño más.

Con cariño,

Katherin.

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso un sincero agradecimiento a quienes contribuyeron a la realización de mi trabajo de titulación, en especial a las personas que participaron y compartieron su tiempo y opiniones, así mismo también a los compañeros comunicadores que me brindaron su apoyo y colaboración enriqueciendo con sus perspectivas y experiencias este trabajo, su aporte fue fundamental para el desarrollo y culminación de esta investigación.

Mi especial agradecimiento a la prestigiosa UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE, por la oportunidad de ser una profesional, y sobre todo a mi docente directora de Trabajo de titulación Msc. Judith Bayas y mi docente asesor Msc. Joselyn López, por la paciencia y orientación académica y sus conocimientos impartidos en el transcurso de la carrera.

## RESUMEN

La presente investigación parte del tema “El periodismo móvil en Imbabura: un análisis de la influencia en la opinión pública como alternativa o refuerzo del periodismo tradicional.” Aborda la transformación del ecosistema mediático en Imbabura ante la aparición del periodismo móvil, considerando que los dispositivos móviles han cambiado las formas en que se produce, distribuye y consume la información. Esta realidad plantea interrogantes sobre cómo estos cambios afectan a la formación de la opinión pública y en qué medida el periodismo móvil funciona como alternativa o complemento al periodismo tradicional. El objetivo general es analizar la influencia del periodismo móvil en la formación de la opinión pública en la provincia de Imbabura, identificando sus características, alcance y relación con las prácticas periodísticas convencionales. Metodológicamente, se utilizó un enfoque mixto que combinó técnicas cuantitativas a través de encuestas aplicadas a ciudadanos de diversas zonas rurales y urbanas, confianza y credibilidad de la información, junto con técnicas cualitativas a través de entrevistas semiestructuradas con periodistas locales y representantes de organizaciones sociales para recabar experiencias, percepciones y valoraciones del fenómeno estudiado. Los resultados muestran que el periodismo móvil amplió el acceso a la información, especialmente en sectores anteriormente desatendidos, promovió la diversificación de las fuentes y aceleró la circulación de contenidos. Desde el punto de vista metodológico, se utilizó un enfoque mixto que combinó técnicas cuantitativas, mediante encuestas realizadas a ciudadanos de diversas zonas rurales y urbanas, y técnicas cualitativas, mediante entrevistas semiestructuradas con periodistas locales y representantes de organizaciones sociales, con el fin de recabar experiencias, percepciones y valoraciones sobre el fenómeno estudiado. Los resultados muestran que el periodismo móvil amplió el acceso a la información, especialmente en sectores anteriormente desatendidos, promovió la diversificación de las fuentes y aceleró la circulación de contenidos. Los resultados muestran que el periodismo móvil amplió el acceso a la

información, especialmente en sectores anteriormente desatendidos, promovió la diversificación de las fuentes y aceleró la circulación de contenidos. Sin embargo, también se identificaron retos relacionados con la verificación, la desinformación y la brecha digital entre las audiencias. Se concluye que el periodismo móvil no sustituye al periodismo tradicional, sino que lo complementa, y que requiere una coordinación estratégica, un fortalecimiento ético y una alfabetización digital tanto entre los productores como entre los consumidores de información para mejorar su contribución al debate público informado.

**Palabras clave:** periodismo móvil, opinión pública, medios digitales, Imbabura, periodismo tradicional, credibilidad.

## ABSTRACT

This research is based on the topic “Mobile journalism in Imbabura: an analysis of its influence on public opinion as an alternative or reinforcement of traditional journalism.” It addresses the transformation of the media ecosystem in Imbabura in the face of the emergence of mobile journalism, considering that mobile devices have changed the ways in which information is produced, distributed, and consumed. This reality raises questions about how these changes affect the formation of public opinion and to what extent mobile journalism functions as an alternative or complement to traditional journalism. The overall objective is to analyze the influence of mobile journalism on the formation of public opinion in the province of Imbabura, identifying its characteristics, scope, and relationship with conventional journalistic practices. Methodologically, a mixed approach was used that combined quantitative techniques through surveys applied to citizens in various rural and urban areas, trust and credibility of information, together with qualitative techniques through semi-structured interviews with local journalists and representatives of social organizations to gather experiences, perceptions, and assessments of the phenomenon studied. The results show that mobile journalism expanded access to information, especially in previously underserved sectors, promoted the diversification of sources, and accelerated the circulation of content. Methodologically, a mixed approach was used that combined quantitative techniques through surveys applied to citizens in various rural and urban areas, trust and credibility of information, together with qualitative techniques through semi-structured interviews with local journalists and representatives of social organizations to gather experiences, perceptions, and assessments of the phenomenon studied. The results show that mobile journalism expanded access to information, especially in previously underserved sectors, promoted the diversification of sources, and accelerated the circulation of content. The results show that mobile journalism expanded access to information, especially in previously underserved sectors, promoted

diversification of sources, and accelerated the circulation of content. However, challenges related to verification, misinformation, and digital divides between audiences were also identified. It is concluded that mobile journalism does not replace traditional journalism, but rather complements it, requiring strategic coordination, ethical strengthening, and digital literacy among both producers and consumers of information to enhance its contribution to informed public debate.

**Keywords:** mobile journalism, public opinion, digital media, Imbabura, traditional journalism, credibility.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	11
ÍNDICE DE TABLAS .....	14
ÍNDICE DE FIGURAS.....	15
ANTECEDENTES .....	1
JUSTIFICACIÓN .....	4
INTRODUCCION .....	7
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	10
1.1. La comunicación.....	10
1.1.1 Elementos de la comunicación.....	12
1.1.2 Dimensiones de la comunicación.....	13
1.2 Teorías de la comunicación.....	15
1.2.1 Teoría de la Agenda Setting .....	15
1.2.2 Teoría Espiral del Silencio .....	17
1.2.3 Teoría de Nuevos Medios y Convergencia .....	19
1.2.4 Teoría del establecimiento de la agenda (Agenda Boulding) .....	21
1.3. El Periodismo.....	22
1.3.1 El periodismo ciudadano y el periodismo móvil .....	25
1.4 Comparación con el periodismo tradicional. ....	28
1.5. La opinión pública y el rol de los ciudadanos como productores de contenido. .....	30

1.6 El rol ciudadano .....	32
1.7 Democratización de la información. ....	33
1.8 Desafíos éticos y profesionales. ....	35
1.9 Convergencia digital y ecosistemas mediáticos.....	37
1.9.1 Ecosistema mediático móvil (teoría de Canavilhas y Goodman). ....	39
1.9.2 Relación entre usuarios, medios y tecnología. ....	41
1.10 Algoritmos y personalización de contenidos. ....	43
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....	46
2.1 Tipo de Investigación.....	46
2.2 Técnicas e instrumentos .....	47
2.2.1 Entrevistas.....	47
2.2.2 Encuestas.....	48
2.3 Matriz de variables.....	48
2.4 Pregunta de investigación .....	50
2.5 Participantes.....	50
2.5 Procedimiento y análisis de datos .....	51
2.5.1 Fases del desarrollo y análisis de datos.....	51
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	54
Resultados de las encuestas .....	54
Resultados de las entrevistas.....	64
Entrevistas realizadas a periodistas.....	65

Entrevistas realizadas a representantes de ONG.....	69
Discusión.....	72
CAPÍTULO IV: PROPUESTA .....	75
4.1 Nombre de la propuesta: .....	75
4.2 Descripción de la propuesta: .....	75
4.2.1 Estrategia 1: Capacitación técnica y ética de periodistas móviles .....	76
4.2.2 Estrategia 2: Fortalecimiento de la producción ética y responsable. ....	79
4.2.3 Estrategia 3: Vinculación entre medios móviles, ciudadanía y periodismo tradicional. ....	81
4.3 Resultados esperados .....	84
CONCLUSIONES .....	86
RECOMENDACIONES.....	88
REFERENCIAS.....	91
ANEXOS .....	98
Anexo N.1 .....	98
<b>Preguntas</b> .....	99
Anexo N.2.....	101
<b>Preguntas</b> .....	102
Anexo N.3 .....	104
<b>Preguntas abiertas</b> .....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elementos de la comunicacion.....	12
Tabla 2. Dimensiones de la comunicación.....	15
Tabla 3. Matriz de variables.....	48
Tabla 4. Entrevistas a periodistas.....	65
Tabla 5. Entrevistas realizadas a representantes de las ONG .....	69
Tabla 6. Tabla de actividades .....	77
Tabla 7. Tabla de actividades .....	80
Tabla 8. Tabla de actividades .....	82

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pregunta N.1 .....	54
Figura 2. Pregunta N.2 .....	55
Figura 3. Pregunta N.3 .....	56
Figura 4. Pregunta N.4 .....	57
Figura 5. Pregunta N.5 .....	58
Figura 6. Pregunta N.6 .....	59
Figura 7. Pregunta N.7 .....	60
Figura 8. Pregunta N.8 .....	61
Figura 9. Pregunta N.9 .....	62
Figura 10. Pregunta N.10 .....	63

## ANTECEDENTES

El desarrollo de antecedentes, colocan esta investigación dentro de lo que ya se ha estudiado sobre periodismo móvil, comunicación digital y su influencia en la opinión pública, permite ver qué se ha dicho, con qué enfoques y qué resultados se han encontrado en distintos contextos. La revisión muestra avances claros en describir cómo se expanden las prácticas informativas mediadas por dispositivos móviles, cómo cambian las rutinas periodísticas y qué efectos tiene la circulación rápida de contenidos en redes sociales, pero también deja vacíos cuando el análisis se ubica en realidades provinciales, donde conviven medios tradicionales, iniciativas digitales locales y audiencias con hábitos informativos heterogéneos. Por eso este apartado no se limita a listar estudios previos, más bien ordena hallazgos y tensiones relevantes, credibilidad, verificación, agenda pública, consumo informativo y participación, para delimitar el aporte del estudio en Imbabura y sostener, con base empírica, la pertinencia de examinar cómo el periodismo móvil incide en la construcción cotidiana de opiniones y percepciones sociales.

De este modo se han tomado en consideración trabajos como el de Maldonado y Quituisaca (2023) con el tema *Análisis del periodismo móvil como una nueva forma emergente de hacer periodismo en el diario El Mercurio*, cuya investigación plantea, como el periodismo móvil se ha convertido en un recurso decisivo para que los medios impresos tradicionales afronten el giro hacia audiencias cada vez más digitales, y toma como caso al diario *El Mercurio* para observar cómo se incorporan nuevas formas de producción y de cobertura informativa sin romper la identidad editorial del medio. El estudio señala que el desafío institucional principal está en sostener la filosofía periodística y, al mismo tiempo, asumir tecnologías y dinámicas de consumo contemporáneas, lo que empuja a reporteros y editores a reordenar rutinas y a fijar formas de trabajo acordes con la inmediatez y el multiformato, desde un enfoque cualitativo se recoge la experiencia de cinco reporteros y se sostiene que la reportaría móvil no solo cambia la práctica diaria, también se entiende como una herramienta de crecimiento profesional y de fortalecimiento del medio, en ese marco los resultados sugieren que el uso del teléfono celular permitió sumar técnicas y dinámicas que aportan al desarrollo de la cobertura y a la expansión del medio en el entorno digital, aunque el planteamiento queda general y deja abierta la necesidad de precisar qué cambios concretos se dan, cómo se evalúan y cuáles son los límites o tensiones que acompañan ese proceso de adaptación.

Del mismo se ha tomado en consideración, el trabajo de Rodríguez (2011), titulado *Investigación sobre el desarrollo del periodismo móvil en Ecuador, tomando como referencia los diarios Hoy y El Comercio*, en el cual presenta una investigación sobre el desarrollo del periodismo móvil en Ecuador y toma como casos a los diarios HOY y El Comercio. El punto de partida es que la expansión de los celulares y de Internet móvil incorporó el acceso a noticias en la vida cotidiana, y para sostener esa idea se apoya en referentes como Manuel Castells, destacando que la tecnología incide en la manera en que las personas se informan.

En lo metodológico, se describe un abordaje sobre todo cualitativo, con entrevistas a reporteros y directivos, consulta a expertos y encuestas al público objetivo sobre el uso de teléfonos inteligentes e Internet móvil como vía de acceso informativo. También se menciona el análisis de los sitios móviles de ambos medios, orientado por investigaciones previas y por el texto de Luis A. Albornoz, que se usa como base para establecer criterios de evaluación de páginas informativas para celulares.

De esta manera, los resultados sugieren que los medios empezaron a adaptarse a estas tendencias tecnológicas, aunque de forma gradual. Se resalta que, en ese momento, solo El Comercio tenía una aplicación específica, para BlackBerry, y que en general los sitios móviles eran adaptaciones del sitio web pensadas para facilitar el acceso desde el celular. Además, se señala que los reporteros comenzaron a producir y difundir información con teléfonos móviles, sobre todo en coberturas y noticias de última hora, apoyándose en redes sociales, principalmente Twitter.

Finalmente se ha tomado en consideración, el trabajo de Tamayo (2021), *La práctica periodística en los medios digitales ecuatorianos. Análisis de contenido de los portales GK y Wambra Ec en referencia con criterios del periodismo alternativo y la lógica del mundo virtual*, cuya investigación propone un análisis situado de la práctica periodística de los medios digitales ecuatorianos GK y Wambra Ec, y lo hace a partir de una comparación directa con el paradigma tradicional. El texto delimita con claridad el objeto y el contexto empírico, la cobertura de la jornada de movilizaciones de octubre de 2019. El foco no se queda solo en “qué publicaron”, sino en cómo se construye un periodismo alternativo en entornos digitales, qué innovaciones aparecen en la forma y en la estructura de los contenidos, y qué implicancias tiene la virtualidad como condición de producción y de circulación, en esa línea, el estudio sostiene que la virtualidad no funciona únicamente como canal, sino como un componente que reorganiza tiempos, estilos narrativos, criterios de visibilidad y relación con audiencias.

En el plano metodológico, se señala un enfoque cualitativo orientado a la interpretación, lo cual encaja con un objeto que busca comprender criterios éticos, prácticas profesionales y cambios en el modelo comunicacional. El análisis se organiza en tres partes y eso le da una estructura clara, primero se valora el ejercicio periodístico con base en criterios éticos, rigor, pluralismo y compromiso social, luego se contrasta el trabajo de GK y Wambra con criterios elaborados desde referentes periodísticos latinoamericanos, y finalmente se examina cómo el “mundo virtual” influye en la producción periodística y en sus variaciones frente al sistema clásico, esta organización fortalece el argumento porque combina una evaluación interna, qué hacen los medios y cómo lo hacen, con un contraste externo, estándares o criterios tomados de referentes, para cerrar con una lectura del entorno digital como marco que estructura la práctica.

Aun así, la investigación, deja puntos que sería útil precisar para valorar mejor el alcance y la solidez del estudio. No se explica cómo se vuelven operativos los criterios de “periodismo alternativo” ni qué indicadores concretos se usan para observar rigor, pluralismo o compromiso social en piezas específicas, por ejemplo, selección de fuentes, diversidad de voces, contextualización, transparencia, verificación o lenguaje. Tampoco se aclara cuál fue el corpus analizado, cuántas publicaciones, qué formatos y en qué plataformas, ni el método cualitativo utilizado, si fue análisis de contenido, análisis del discurso, codificación temática o etnografía digital. Con todo, como antecedente, la investigación deja una idea fuerte, en coyunturas de conflictividad social, los medios digitales alternativos pueden diferenciarse del periodismo tradicional no solo por postura o agenda, sino por innovaciones narrativas, por decisiones éticas explícitas y por la forma en que la virtualidad reconfigura la producción y la circulación de la noticia.

## JUSTIFICACIÓN

La investigación se justifica, primero, porque la provincia vive (como gran parte del país,) un cambio rápido en la forma de informarse. El teléfono inteligente dejó de ser solo un aparato para comunicarse y pasó a ser una puerta constante a noticias, alertas, transmisiones en vivo y contenidos de redes sociales, y ese cambio no es únicamente técnico, también es cultural, porque altera rutinas, acelera el consumo informativo y mueve la manera en que la gente decide qué es “importante” en la vida pública, en este escenario, el periodismo móvil ya no se ve como una moda, sino como parte real del ecosistema informativo local que influye, en distintos niveles, en la conversación ciudadana.

Además, el estudio es necesario porque la relación entre periodismo móvil y periodismo tradicional no es simple ni se resuelve con frases como “lo digital reemplaza a lo anterior”. En la práctica, los medios tradicionales siguen siendo referencia para ciertos públicos, mientras el consumo móvil crece por su rapidez, cercanía y facilidad de acceso, esa convivencia genera tensiones, porque a veces el periodismo móvil complementa y amplifica la cobertura tradicional, y otras veces compite por credibilidad, audiencia y agenda, sobre todo cuando el contenido circula en redes con lógicas de viralidad y con filtros algorítmicos que no siempre priorizan el interés público, por eso es clave entender si el periodismo móvil actúa como alternativa, como refuerzo o como un híbrido que cambia con el tiempo, para leer mejor el presente y anticipar retos comunicacionales en la provincia.

La justificación también se apoya en lo propio de Imbabura como territorio. Es un espacio con dinámicas urbanas y rurales, con diversidad cultural y con comunidades que no siempre aparecen en coberturas centralizadas, en ese contexto, el periodismo móvil puede abrir oportunidades claras, permite registrar hechos desde el lugar, mover información en tiempo real, dar voz a actores locales y conectar problemas comunitarios con audiencias más amplias, pero esas posibilidades conviven con obstáculos igual de importantes, como brechas de conectividad, diferencias de alfabetización digital, límites económicos para acceder a datos móviles o dispositivos, y riesgos ligados a la desinformación y a la circulación de rumores, justamente por esa mezcla de potencial y límites, resulta pertinente investigar desde un enfoque local y no solo con referencias nacionales o internacionales.

Desde el plano académico, el trabajo se justifica por el vacío de estudios situados que expliquen cómo opera el periodismo móvil en la provincia y cómo se relaciona con la formación de la

opinión pública. Muchas veces, los debates sobre periodismo móvil se quedan en descripciones tecnológicas o en experiencias de grandes ciudades, sin mirar las condiciones socioculturales que influyen en la recepción del mensaje, la confianza en las fuentes, la circulación del contenido y la participación ciudadana, al estudiar Imbabura, la investigación aporta evidencia del contexto y ayuda a pasar del “se cree que” al “se observa que”, con una lectura más precisa de los cambios comunicacionales fuera del eje central.

En términos teóricos, se justifica porque permite analizar el fenómeno con herramientas que explican influencia y percepción, y no solo presencia de tecnología. Al dialogar con enfoques como la convergencia mediática, la dinámica de agendas y la forma en que se construyen imágenes mentales de la realidad a partir de lo que circula en medios y redes, el estudio puede mostrar cómo se priorizan temas, cómo se instala una conversación pública y cómo se afirman actitudes ciudadanas frente a asuntos sociales, políticos o culturales, esto importa porque la influencia del periodismo móvil no depende solo del contenido, también pesa el formato, la rapidez, la repetición, la capacidad de provocar reacción y el contexto emocional en el que se consume.

La justificación metodológica también se sostiene, porque el fenómeno requiere miradas distintas. Con un enfoque mixto, es posible combinar mediciones amplias sobre hábitos y percepciones ciudadanas con lecturas más profundas desde entrevistas a periodistas y actores del ámbito comunicacional, así la investigación no queda ni en promedios ni en anécdotas, los datos cuantitativos dan patrones y representatividad, y el componente cualitativo aporta sentido, razones, matices y comprensión del “por qué” detrás de los resultados, en un tema donde influyen confianza, credibilidad, ética, rutinas de consumo y condiciones tecnológicas, esa triangulación resulta especialmente adecuada.

En lo práctico, el estudio se justifica porque puede guiar decisiones concretas de medios, periodistas y actores sociales en la provincia. Conocer oportunidades y obstáculos del periodismo móvil no es algo abstracto, ayuda a definir estrategias de producción y distribución, ubicar necesidades de capacitación, fortalecer prácticas de verificación, ajustar lenguajes y formatos para audiencias distintas, y entender qué genera confianza o rechazo, además, el contraste con el periodismo tradicional permite ver con más claridad qué sigue siendo valioso en los medios clásicos, como el contexto, la investigación y la edición, y qué aporta el entorno móvil, como la inmediatez, la ubicuidad y la interacción, evitando lecturas simples que empobrecen el debate.

La dimensión social y democrática refuerza esta justificación. La opinión pública no se forma sola, se construye con la información disponible, con narrativas dominantes y con espacios de discusión, y cuando gran parte de esa circulación ocurre en dispositivos móviles y plataformas guiadas por algoritmos, crecen riesgos como polarización, fragmentación de audiencias y consumo rápido sin contraste de fuentes, por eso, estudiar cómo impacta el periodismo móvil en actitudes ciudadanas y en la comprensión de problemas sociales se relaciona de forma directa con la calidad del debate público y con el derecho a informarse de manera responsable, en otras palabras, no es solo revisar “un formato nuevo”, es mirar cómo se reordena un componente clave de la vida democrática, la información.

Finalmente, el trabajo se justifica por su aporte propositivo. Al buscar estrategias para optimizar el periodismo móvil en Imbabura, la investigación no se queda solo en el diagnóstico, también apunta a fortalecer una comunicación más efectiva, crítica y participativa, ajustada a realidades locales, este enfoque es valioso porque entiende que el periodismo móvil puede ser una herramienta de desarrollo comunicacional si se articula con criterios éticos, formación profesional y comprensión del contexto sociocultural, en conjunto, la investigación se presenta como un aporte necesario para comprender el presente del periodismo en la provincia y orientar su evolución sin perder de vista el interés público y la construcción de ciudadanía informada.

## INTRODUCCION

En los últimos años, el ecosistema comunicacional ha sido sacudido por un cambio rápido que no se explica solo por nuevas plataformas, sino por una modificación profunda de las rutinas con las que la gente llega a la información. Con el teléfono inteligente, el uso diario de redes sociales y la conectividad móvil, la relación entre ciudadanía y noticias se reordenó, los hechos ya no se “esperan” en un horario fijo o en un soporte concreto, ahora aparecen cuando circulan en tiempo real, se comentan, se recortan, se reeditan y se redistribuyen desde muchos actores, en ese marco la inmediatez pesa más, la imagen se vuelve eje, y el consumo informativo se mete en la vida diaria en tiempos partidos por notificaciones, transmisiones en vivo y contenidos breves, lo cual no solo abre participación, también mueve las reglas de visibilidad, credibilidad y relevancia pública.

Dentro de ese escenario gana fuerza el periodismo móvil como práctica y como dinámica de producción de contenidos. En términos generales, se entiende como la generación, edición y difusión de información periodística mediante dispositivos móviles, principalmente teléfonos celulares, que permiten registrar hechos en el lugar y publicar rápido en plataformas digitales, pero no es solo cambiar de herramienta, también cambia cómo se narra, cuánto se tarda en verificar, cómo se conversa con audiencias y hasta dónde llega el mensaje, además se instala en una zona de frontera donde conviven periodistas de medios convencionales, creadores de contenido, reporteros ciudadanos y colectivos digitales, por eso hace falta mirar con cuidado qué provoca el formato móvil en la calidad informativa, la ética profesional, el manejo de fuentes y, sobre todo, en la forma en que la población interpreta la realidad.

La provincia de Imbabura es un escenario especialmente pertinente por su diversidad territorial, por la convivencia de zonas urbanas y rurales, y por la presencia a la vez de medios tradicionales con trayectoria y de espacios digitales que informan de manera constante. Donde el acceso a la agenda de medios convencionales puede ser más limitado, el contenido móvil se vuelve una vía inmediata para conocer acontecimientos locales, denuncias ciudadanas, decisiones públicas y asuntos comunitarios, pero esa misma rapidez trae tensión, porque así como acelera la circulación también sube el riesgo de información incompleta, sesgada o no verificada, y así como la cercanía territorial fortalece identificación también puede empujar enfoques emocionales o polarizantes que influyen en la percepción social, por eso estudiar el periodismo móvil en Imbabura no es describir una moda tecnológica, es analizar cómo se

construye la opinión pública cuando el flujo informativo se vuelve más veloz, más visual y más dependiente de plataformas y algoritmos.

En esa línea, el trabajo se sostiene en una pregunta central, de qué manera el periodismo móvil influye en la opinión pública en Imbabura y si opera como alternativa real o como refuerzo del periodismo tradicional. Esa influencia no se reduce a convencer o cambiar ideas de forma directa, también aparece en los temas que se vuelven conversación diaria, en el encuadre con el que se leen los problemas, en la confianza que se concede a una fuente y en las actitudes que se activan frente a asuntos políticos, sociales o comunitarios, por eso el interés del estudio se ubica tanto en oportunidades como en obstáculos, democratizar la comunicación, ampliar voces y agilizar cobertura, pero también enfrentar límites ligados a verificación, objetividad percibida, presión por la viralidad y fragmentación del sistema informativo local.

Desde esa problemática, el trabajo busca comprender de manera comparativa el impacto del contenido móvil frente al periodismo tradicional, identificando hábitos de consumo, niveles de confianza, percepciones de calidad informativa y efectos en la interpretación de problemas sociales. También se parte de que el fenómeno no se agota en medir opiniones, requiere leer significados, prácticas y experiencias de quienes producen y hacen circular información en el territorio, por eso la investigación no se queda en cuánto se usa el teléfono para informarse, sino en por qué se confía o se desconfía, cómo se marcan diferencias entre medios, y cómo ciertos formatos, estilos narrativos y lógicas de plataforma empujan unas lecturas de la realidad por encima de otras.

Para lograr esa comprensión se adopta un enfoque metodológico mixto, con herramientas cuantitativas y cualitativas para mirar el fenómeno desde varias aristas. El diseño es no experimental y transversal, porque se observa la realidad tal como ocurre en un momento determinado sin intervenir variables, y se asume un alcance explicativo y correlacional-exploratorio, al buscar relación entre prácticas de consumo informativo, percepciones y actitudes, y al mismo tiempo explorar un campo que en el contexto local aún tiene vacíos de investigación sistemática, en lo cuantitativo se aplican encuestas estructuradas con escala tipo Likert a población de 18 a 65 años en Imbabura, con una muestra estimada de 384 personas calculada con base en la población provincial reportada por el INEC (2022), con 95% de confianza y 5% de margen de error, en lo cualitativo se realizan entrevistas semiestructuradas a actores clave, integrando periodistas locales, tradicionales y digitales, y representantes de organizaciones o liderazgos comunitarios vinculados a comunicación y desarrollo.

El procesamiento de la información se plantea por triangulación, para contrastar patrones estadísticos con narrativas y percepciones recogidas en entrevistas. La encuesta permite ver frecuencias, tendencias y niveles de acuerdo sobre consumo de noticias móviles, credibilidad atribuida y comparación con medios tradicionales, y las entrevistas permiten entender las razones, además de las condiciones reales de producción del contenido móvil, tiempos de cobertura, presiones de publicación, criterios de verificación, relación con fuentes y prácticas éticas, como parte del análisis se incluye una matriz DAFO del periodismo móvil en Imbabura para ubicar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y convertir hallazgos en orientaciones y acciones posibles.

El trabajo se organiza en cuatro capítulos según la lógica del objeto de estudio. El primero desarrolla el marco teórico con conceptos de comunicación, teorías sobre opinión pública y enfoques para entender la relación entre medios, agendas y audiencias en entorno digital, el segundo presenta la metodología con tipo de investigación, técnicas, instrumentos, participantes y procedimientos de análisis, el tercero expone resultados y discusión articulando datos cuantitativos y cualitativos para responder sobre oportunidades, obstáculos e influencia del periodismo móvil en la opinión pública, y el cuarto propone una intervención basada en hallazgos para optimizar el ejercicio del periodismo móvil en el contexto local, fortaleciendo aspectos técnicos, éticos y de articulación con actores del ecosistema informativo provincial.

En suma, la investigación se coloca en un punto clave del debate actual, entender cómo se construye la opinión pública cuando la información se produce y circula desde lo móvil, con lógicas de rapidez, cercanía y alta exposición social. Al centrarse en Imbabura, el estudio ofrece una lectura situada, atenta a particularidades territoriales y socioculturales, y busca un análisis que no se quede en el diagnóstico, sino que permita pensar estrategias para una comunicación más responsable, crítica y efectiva, capaz de dialogar con el periodismo tradicional sin perder la oportunidad de democratizar la palabra pública.

## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. La comunicación

La comunicación está presente en todo momento de la vida cotidiana, ya que es el medio principal que usamos para decir lo que pensamos, sentimos, creemos o necesitamos expresar, y para eso recurrimos a distintos tipos de símbolos que se pueden manifestar a través del habla, la escritura, los gestos, las imágenes o incluso por medio de herramientas tecnológicas que usamos para conectarnos (Contreras, 2021).

Como existen muchas maneras diferentes de comunicar, este proceso se vuelve bastante complejo, porque no solo se trata de enviar un mensaje, sino también de cómo ese mensaje es comprendido, de la respuesta que genera en la otra persona y del contexto social y cultural donde ocurre, ya que ese entorno puede cambiar completamente el sentido de lo que se dice, lo que demuestra que comunicar no es algo simple ni tiene un único significado fijo o cerrado.

La comunicación está en constante cambio, se adapta a cada situación y tiene múltiples formas, siendo fundamental para construir nuestras relaciones con los demás, además tiene un papel importante en cómo se organizan las sociedades, cómo se forman las culturas, cómo se entiende cada persona a sí misma y a los grupos a los que pertenece, y también en cómo se actúa en espacios como la familia, la escuela, la política, la economía, los medios o el mundo digital (Naranjo, 2018).

Desde una mirada que considera cómo ha cambiado con el tiempo, la comunicación ha ido transformándose de manera profunda, ya que en sus formas más antiguas se expresaba a través de gestos simples, movimientos del cuerpo o sonidos básicos, pero poco a poco fue volviéndose más compleja gracias a avances como la escritura, la creación de aparatos tecnológicos, la llegada del internet y muchas otras herramientas que hoy en día usamos de forma cotidiana para entendernos y comunicarnos con los demás (Bedoya, 2021).

Así, desde los primeros dibujos hechos en las paredes de las cuevas hasta los mensajes que se envían al instante por redes sociales, cada forma nueva de comunicación ha cambiado por completo la manera en que las personas se relacionan con su entorno y entre ellas mismas, lo que no solo amplió las posibilidades para expresarse, sino que también influyó en cómo se forman los vínculos, se construyen las identidades y se organizan las formas de vida en sociedad.

Estos enfoques reconocen que comunicar no es solo pasar información de un lugar a otro, sino que implica compartir significados que van cambiando según la situación, el lugar y las personas, lo que demuestra que el sentido de un mensaje nunca es fijo y depende mucho de cómo, dónde y con quién se produce ese intercambio (Gomez y Simón, 2018).

Desde la mirada teórica, la comunicación se puede entender de distintas maneras según quién emite el mensaje, quién lo recibe, por dónde se transmite y en qué entorno sucede ese intercambio, y entre las formas más básicas está la comunicación intrapersonal, que es cuando una persona piensa, reflexiona o se habla a sí misma dentro de su mente, mientras que la comunicación interpersonal sucede cuando dos personas conversan directamente, normalmente cara a cara y con posibilidad de responderse mutuamente, y luego está la comunicación grupal, que aparece en pequeños grupos donde se comparten ideas, se toman decisiones y se definen roles entre los integrantes.

Sin embargo, cuando se trata de instituciones o empresas, se habla de comunicación organizacional, que se enfoca en cómo fluye la información dentro de esas estructuras, considerando jerarquías, tareas y metas específicas, y cuando el mensaje va dirigido a un público muy amplio, como en la televisión, la radio o los periódicos, se entra en el terreno de la comunicación masiva, que suele ser en una sola dirección y con poca respuesta del público, pero hoy en día ha cobrado gran fuerza la comunicación digital, que ha cambiado por completo la manera de comunicar, porque usa tecnologías que permiten compartir contenido de forma inmediata, simultánea y en distintos formatos, haciendo que se mezclen lo público con lo privado y que desaparezcan las distancias entre lo que pasa a nivel local y global, y como cada una de estas formas tiene sus propias reglas, formas de funcionar, metas y dificultades, se necesita analizar cada una con herramientas teóricas específicas para poder entenderlas y actuar sobre ellas de forma adecuada (Naranjo, 2018).

En este sentido señala Villacrés (2021):

Hoy en día, dentro de la sociedad actual, la comunicación ha dejado de ser solo una forma de hablar para convertirse en una herramienta esencial, sobre todo en áreas como la política, el mundo empresarial o el campo cultural, ya que las empresas destinan grandes recursos a cuidar su imagen frente al público, los políticos preparan con detalle lo que dicen para llegar a ciertos grupos, y las marcas crean relatos cargados de emoción con la intención de conectar directamente con quienes las siguen. Todo esto demuestra

que quien tiene el control sobre lo que se dice o sobre la forma en que se comunica, cuenta con una ventaja importante frente a los demás, porque logra influir en cómo las personas entienden lo que pasa a su alrededor, y en este escenario digital en el que se mueve una enorme cantidad de información, también aparecen problemas nuevos como el exceso de datos, la difusión de noticias falsas o los conocidos “ecos informativos”, que hacen que la gente solo escuche aquello que confirma lo que ya cree. Ante esta situación, es fundamental educar a las personas para que se vuelvan críticas, capaces de pensar por sí mismas, de examinar con cuidado lo que leen, ven o escuchan, y de utilizar los medios de manera ética y consciente, ya que solo así la comunicación puede dejar de ser un instrumento que da poder a unos pocos y convertirse en un espacio donde se fomente la reflexión, el intercambio de ideas y la construcción de una sociedad más informada y despierta. (p. 21)

Además, no se puede olvidar que la comunicación tiene que ver también con lo que está bien o mal, porque cuando alguien comunica algo tiene que pensar si lo que está diciendo es verdad, si está respetando a los otros, si no está dejando a nadie fuera y si no está usando a los demás para manipularlos, y por eso la ética en la comunicación es tan importante, sobre todo cuando se trata de periodistas, publicistas, quienes usan las redes sociales o cuando se habla desde instituciones, ya que si se miente, si se exagera, si se juega con las emociones de las personas solo para lograr algo, se puede hacer mucho daño y afectar la vida social, la convivencia y la forma en que se construye una democracia sana (Matamoros, 2022).

### ***1.1.1 Elementos de la comunicación***

Los elementos de la comunicación son las piezas básicas que siempre están presentes cada vez que las personas se comunican, y del modo en que estas piezas interactúan depende que el mensaje llegue bien o que se pierda en el camino, y aunque hay modelos que incluyen algunos otros aspectos más complejos, existen ciertos componentes que son considerados los principales, como el emisor, el mensaje, el receptor, el canal, el código, el contexto, la retroalimentación y el ruido, por lo que a continuación se explican uno por uno con más detalle, para entender bien qué papel cumple cada uno dentro del proceso comunicativo (Villacrez, 2021).

**Tabla 1. Elementos de la comunicacion**

<b>Elemento</b>	<b>Descripción</b>
-----------------	--------------------

Emisor	Inicia la comunicación al transformar pensamientos o emociones en un mensaje comprensible. Puede ser una persona, grupo, organización o máquina. Su función es decidir qué comunicar, a quién y en qué condiciones, lo que influye en la efectividad del mensaje.
Mensaje	Contenido transmitido del emisor al receptor, puede ser verbal, visual, sonoro, gestual o simbólico. Su claridad es esencial, aunque la interpretación depende también del receptor, del contexto y del momento.
Receptor	Quien recibe e interpreta el mensaje. Su comprensión depende de experiencia, cultura, estado emocional y relación con el emisor. Puede ser pasivo (solo recibe) o activo (responde y completa el proceso).
Canal	Medio por el cual circula el mensaje: aire, teléfono, plataformas digitales, papel, entre otros. La elección del canal determina la rapidez, claridad y precisión de la comunicación.
Código	Conjunto de signos y reglas compartidas entre emisor y receptor (idioma, gestos, símbolos, colores, sonidos). Sin este conocimiento compartido no se logra la comunicación.
Contexto	Circunstancias que rodean la comunicación: lugar, tiempo, situación social, normas, emociones o relación entre los interlocutores. Un mismo mensaje puede variar de sentido según el contexto.
Retroalimentación	Respuesta del receptor hacia el emisor (palabras, gestos, acciones o silencios). Informa si el mensaje fue entendido y permite ajustar o reforzar lo dicho. Puede ser inmediata o tardía según el medio usado.
Ruido	Factores que interfieren en la comunicación (sonidos, distracciones, emociones, fallas técnicas o diferencias culturales). No se eliminan por completo, pero pueden reducirse para mejorar la claridad.

*Nota.* Elaboración del autor

### ***1.1.2 Dimensiones de la comunicación***

Dentro de los conceptos relacionados a la comunicación, las dimensiones son maneras distintas de entender y analizar cómo se presenta este proceso en la vida de las personas, ya que la comunicación no es algo simple ni que se dé en una sola dirección, sino que es un fenómeno amplio que aparece en muchos niveles al mismo tiempo, y gracias a estas dimensiones se puede ver con más claridad cómo funciona este proceso según lo que se dice, cómo se transmite, qué se quiere lograr, qué tipo de vínculo se genera entre quienes participan

y en qué plano ocurre esa interacción, por eso se suelen mencionar como principales la dimensión verbal y no verbal, la formal e informal, la que va desde lo intrapersonal hasta lo masivo, la sincrónica y asincrónica, y también la intencional (Altamirano y Baquerizo, 2022).

Una de las primeras formas de dividir la comunicación es entre lo verbal y lo no verbal, ya que por un lado están los mensajes que se expresan con palabras, ya sea habladas o escritas, y por otro lado están aquellos que se comunican sin palabras, como los movimientos del cuerpo, las miradas, el tono en que se dice algo o incluso la postura, y aunque muchas veces se cree que solo cuenta lo que se dice con palabras, lo cierto es que los gestos y el lenguaje corporal tienen mucho peso porque pueden incluso decir algo totalmente distinto a lo que se dice con la boca, por eso esta dimensión es clave para entender mejor lo que realmente está pasando entre las personas (Viñas et al., 2023).

Viñas et al., (2023) asegura que:

Otra forma de analizar la comunicación es desde lo formal y lo informal, que tiene que ver con el entorno en el que se da el intercambio, ya que cuando una persona se comunica dentro de una institución, en el trabajo, en el colegio o en cualquier espacio donde hay reglas, jerarquías o normas claras, se dice que está en un contexto formal, mientras que cuando la comunicación surge de manera espontánea, entre amigos, familiares o personas que comparten una rutina, se habla de comunicación informal, y esta suele tener un tono más relajado, cercano y emotivo, sin seguir tantos protocolos. (p. 56)

También es importante hablar de las dimensiones según el número de personas que participan y el nivel en que se da la comunicación, y ahí se incluyen la dimensión intrapersonal, donde la persona piensa, reflexiona o se habla a sí misma; la dimensión interpersonal, que se da entre dos personas que comparten directamente ideas, emociones o decisiones; la grupal, donde ya hay más de dos personas interactuando en un mismo espacio con ciertas normas o formas de relacionarse; y finalmente la dimensión masiva, que ocurre cuando un mensaje se dirige a un público amplio a través de medios como la televisión, la radio o las redes sociales, y donde normalmente no hay respuesta directa del público que recibe el mensaje (Cabrera y López, 2014).

Además, otra dimensión que no se puede dejar de lado es la que se refiere al tiempo en que ocurre la comunicación, por eso se distingue entre la comunicación sincrónica, que sucede

al mismo tiempo, como cuando dos personas hablan cara a cara o se conectan por videollamada, y la asincrónica, que es cuando hay una pausa entre lo que uno dice y lo que el otro responde, como en los correos electrónicos o los mensajes escritos que no se contestan enseguida, lo que hace que la interacción no sea inmediata (Figuerero et al., 2022).

Por último, está la dimensión intencional, que se enfoca en la razón por la que se comunica algo, y aquí se consideran tres propósitos principales: informar, es decir, dar datos o hechos; persuadir, que es tratar de convencer a alguien de algo; y entretener, que busca provocar diversión o interés, y muchas veces un mensaje puede tener más de una de estas intenciones al mismo tiempo, por eso es importante entender qué se quiere lograr, ya que de eso depende cómo se diseña el mensaje, qué palabras se usan y qué estrategia se aplica para lograr el efecto deseado en quien lo recibe (Figuerero et al., 2022).

Para una mejor comprensión se ha desarrollado la siguiente tabla a continuación:

**Tabla 2. Dimensiones de la comunicación**

Dimensión	Descripción
Verbal / No verbal	Verbal: uso de palabras habladas o escritas. No verbal: gestos, expresiones, tono de voz, posturas corporales
Formal / Informal	Formal: estructurada, institucional, con normas y jerarquías. Informal: espontánea, cotidiana, sin estructura predefinida.
Intrapersonal / Interpersonal / Grupal / Masiva	Intrapersonal: comunicación interna. Interpersonal: entre dos personas. Grupal: entre varios individuos. Masiva: dirigida a grandes audiencias.
Sincrónica / Asincrónica	Sincrónica: ocurre en tiempo real. Asincrónica: tiene desfase temporal entre emisor y receptor.
Intencional	Se centra en la finalidad del mensaje: informar, persuadir, entretener, o combinar varias funciones.

*Nota.* Elaboración del autor. **Fuente:** Figuerero et al., 2022.

## 1.2 Teorías de la comunicación

### 1.2.1 Teoría de la Agenda Setting

La Teoría de la Agenda Setting, conocida también como teoría del establecimiento de la agenda, es considerada una de las propuestas más influyentes dentro del análisis de la

comunicación política y mediática, y fue planteada por los investigadores Maxwell McCombs y Donald Shaw en el año 1972 a partir de una investigación realizada durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos, donde se observó que los medios no dicen directamente a las personas qué pensar, sino que tienen una fuerte capacidad de influir sobre los temas acerca de los cuales la gente empieza a pensar, ya que no se trata de imponer opiniones, sino de priorizar ciertos asuntos al otorgarles mayor presencia o cobertura dentro de la agenda informativa (Cordero, 2020).

Desde ese punto de vista, se puede decir que los medios ejercen un tipo de influencia que, aunque no es directa, resulta clave al momento de moldear la opinión pública, porque al decidir qué hechos se muestran, cuánto espacio se les da y con qué tono se los presenta, los medios terminan afectando la forma en que la sociedad en general percibe lo que es más urgente o problemático, por lo que cuando un tema aparece todo el tiempo en noticieros, páginas web o programas de radio, se instala con más fuerza en la mente del receptor, que empieza a verlo como algo prioritario, por ejemplo, cuando se informa constantemente sobre delitos o inseguridad, muchas personas tienden a pensar que ese es el principal problema del país, incluso si hay otros temas más estructurales que no reciben la misma atención (Contreras, 2021).

Esta teoría tiene dos niveles principales que permiten entender mejor su funcionamiento, ya que el primer nivel se enfoca en cómo los medios definen cuáles temas son importantes y logran que esa jerarquía se refleje en la agenda del público, donde lo que cuenta es la frecuencia o la visibilidad del tema, mientras que el segundo nivel va más allá al centrarse en los detalles o atributos con los que se presenta ese tema o personaje, es decir, no solo se trata de qué se debe pensar, sino también de cómo se debe pensar, utilizando herramientas como encuadres, calificativos, imágenes o recursos emocionales que orientan la manera en que el público interpreta lo que se le muestra, por lo que esta teoría no solo analiza qué aparece en los medios, sino también cómo se construye simbólicamente ese contenido (Cordero, 2020).

Una de las grandes ventajas que ofrece esta teoría es que permite estudiar de forma profunda cómo interactúan los medios, las audiencias y el sistema político, especialmente en contextos democráticos donde los ciudadanos acceden a la mayoría de la información no de manera directa, sino a través de filtros mediáticos que ordenan y simplifican la realidad, y en ese sentido los medios funcionan como puertas de entrada al espacio público, ya que

determinan qué voces se escuchan, qué problemas se discuten y qué temas quedan fuera del debate, invisibles o desplazados (Cabrera y López, 2014).

Sin embargo, con el paso del tiempo la teoría también ha sido cuestionada y adaptada, sobre todo porque en la actualidad las personas no solo reciben contenido, sino que también lo producen, lo comentan y lo difunden, especialmente a través de las redes sociales, por lo que ya no se puede pensar que las audiencias son pasivas, y de ahí surge el concepto de agenda setting participativo, que reconoce que los usuarios también tienen la capacidad de influir en lo que se vuelve importante, como ocurre cuando ciertos temas se vuelven tendencia o se viralizan en internet por iniciativa ciudadana (Torres, 2017).

Además, se ha llegado a entender que la agenda de los medios no aparece sola ni de forma neutral, ya que hay otros actores con mucho poder como gobiernos, empresas, movimientos sociales, grupos económicos o tecnológicos e incluso lobbies ideológicos que intervienen para definir qué temas deben entrar o salir de la discusión pública, lo cual convierte a la agenda mediática en un terreno de lucha simbólica, donde se compite por imponer significados, dar visibilidad a ciertos temas o silenciar otros que incomodan (Torres, 2017).

### ***1.2.2 Teoría Espiral del Silencio***

La Teoría de la Espiral del Silencio es una de las ideas más importantes que aportó la socióloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann al estudio de la comunicación y de la opinión pública, ya que fue presentada por primera vez en los años setenta y se convirtió en una forma muy útil de explicar por qué algunas opiniones se expresan sin problema en el espacio público, mientras que otras se ocultan o no se dicen, no porque haya una censura directa, sino porque muchas personas sienten, de manera subjetiva, que si opinan diferente podrían ser rechazadas o quedarse solas, ya que existe un miedo natural a ser excluido, lo que lleva a que las personas estén siempre observando lo que piensan los demás y si notan que su punto de vista no es el más popular, entonces prefieren guardar silencio para no ser criticadas, juzgadas o aisladas (Gonzales, 2022).

La idea principal de esta teoría es que las opiniones que parecen ser mayoría se vuelven más fuertes con el tiempo, porque mientras más personas se callan por temor a no encajar, más visible se vuelve la opinión dominante, lo que genera más presión sobre quienes piensan distinto, haciendo que también decidan callar, y así se va formando una especie de espiral en la que el silencio de unos alimenta el silencio de otros, provocando al final una sensación de

que todos piensan igual, aunque en realidad esa aparente unanimidad no refleje lo que la gente realmente piensa o siente en privado (Gonzales, 2022).

Según este enfoque, cada persona actúa como si fuera una especie de observador que está evaluando constantemente lo que pasa a su alrededor, usando lo que ve en los medios de comunicación, lo que escucha en conversaciones o lo que percibe en su entorno social para saber qué opinión está bien vista y cuál puede traer problemas, y en ese proceso los medios tienen un papel muy fuerte porque no solo informan, sino que también muestran qué ideas son aceptadas, cuáles son rechazadas y cómo se construye lo que la mayoría considera como normal, polémico o correcto, por lo que se los ve como actores clave que hacen que ciertas voces se vean y otras queden ocultas, influyendo en la decisión de las personas sobre si hablar o quedarse calladas (Torres, 2017).

Esta teoría se vuelve especialmente útil cuando se trata de temas muy discutidos o divisivos, como el aborto, los derechos de grupos vulnerables, la migración, la religión o la política, porque en esas situaciones la gente que piensa diferente a lo que parece ser la mayoría puede optar por no hablar en público, aunque por dentro mantenga su postura firme, lo que hace que esa voz no se escuche y que otras personas también piensen que están solas, reforzando la espiral del silencio y haciendo que la opinión pública se vea más uniforme de lo que realmente es (Torres, 2017).

Sin embargo, la teoría también dice que no todas las personas se callan, ya que hay individuos que tienen una gran confianza en sí mismos, una fuerte convicción o un compromiso ético que los lleva a expresar sus ideas aunque no estén de moda o aunque reciban críticas, y a estas personas se las conoce como *hardcores* o resistentes al aislamiento, y pueden romper el ciclo del silencio, haciendo que otros también se animen a hablar, lo cual puede abrir el debate y visibilizar posturas que estaban escondidas.

Aunque esta teoría se creó en una época en la que los medios tradicionales como la televisión, la radio o los periódicos eran los principales canales de información, hoy en día también se aplica al mundo digital, donde las redes sociales han creado espacios donde la gente puede expresarse más libremente, pero también han generado nuevas formas de presión como los ataques en línea, la cancelación o los efectos de los algoritmos que refuerzan ciertos discursos, lo cual puede hacer que la autocensura sea incluso más fuerte, aunque al mismo

tiempo estas plataformas han permitido que opiniones que antes estaban al margen ahora puedan volverse virales o dar origen a movimientos sociales masivos (Rizo, 2021).

### ***1.2.3 Teoría de Nuevos Medios y Convergencia***

La Teoría de Nuevos Medios y Convergencia es una forma actual de entender los cambios profundos que han ocurrido en el mundo de la comunicación debido al crecimiento acelerado de las tecnologías digitales, la llegada masiva del internet y la mezcla de muchas plataformas en la rutina diaria de las personas, y esta teoría ha sido desarrollada principalmente por el investigador estadounidense Henry Jenkins ( Citado por Rizo, 2021) , quien en su libro *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* publicado en 2006, plantea que la convergencia no es simplemente una cuestión de aparatos que se combinan, sino que es un fenómeno que involucra lo cultural, lo social y lo económico, y que cambia por completo la manera en que se producen, circulan y se consumen los contenidos comunicativos (Rizo, 2021).

Desde este punto de vista, la convergencia no significa que los medios tradicionales desaparecen, sino que se transforman y empiezan a relacionarse con los nuevos medios digitales, y según Jenkins vivimos en una cultura donde los contenidos pasan por muchas plataformas distintas como la televisión, el cine, la radio, los periódicos, las redes sociales, los videojuegos, los blogs o los servicios de streaming, y en ese entorno los consumidores ya no son solo personas que reciben información sin cuestionarla, sino que ahora participan activamente al interpretar, comentar, modificar y hasta crear sus propios contenidos, lo que hace que ya no sea tan clara la diferencia entre quien produce y quien consume, ya que ahora ambos roles pueden estar en una misma persona, y esto hace que el poder simbólico se reparta de otra forma, aunque no siempre de forma equitativa (García, 2008).

Uno de los conceptos clave dentro de esta teoría es el de inteligencia colectiva, una idea que Jenkins toma de Pierre Lévy, y que se refiere a la posibilidad de que las personas colaboren en red para crear conocimiento entre todos, ya que a través de foros, wikis, redes sociales o plataformas colaborativas, los usuarios pueden intercambiar datos, opinar sobre temas, denunciar injusticias, organizar movimientos o construir información que antes solo era producida por expertos o medios oficiales, lo que ha abierto las puertas a una forma más democrática de producción simbólica, aunque también ha traído problemas como la dificultad

para saber qué es verdad, la manipulación de la información, el exceso de datos y las reacciones emocionales desmedidas (Buitrago, 2023).

Al mismo tiempo, esta teoría explica que los nuevos medios no deben ser vistos solamente como aparatos digitales, sino como espacios donde se comunica con reglas propias, con formas diferentes de interacción, con lenguajes distintos y con dinámicas nuevas, ya que estos medios también son interactivos, hipertextuales, multimedia, están presentes en todas partes y permiten que el público participe, lo que cambia completamente el papel del usuario, que ya no se limita a mirar o escuchar, sino que también comenta, mezcla, comparte o incluso gana dinero con lo que publica, y ahí aparece el fenómeno del prosumidor, que es alguien que al mismo tiempo produce y consume contenidos desde sus redes o canales personales, y que muchas veces puede tener tanto impacto como un medio tradicional (Buitrago, 2023).

Esta teoría también analiza cómo ha cambiado la forma en que funcionan las industrias mediáticas, ya que muchas empresas han tenido que adaptarse para no quedarse atrás en este entorno donde hay muchas plataformas, y por eso las cadenas de televisión ahora tienen servicios de streaming, los diarios venden suscripciones digitales, las radios se convierten en podcasts y las marcas crean campañas que combinan distintas herramientas para contar historias en varias partes y hacer que el público también participe, aunque este cambio no ha sido igual en todos lados porque todavía hay sectores que concentran mucho poder y controlan gran parte de la información, pero de todas formas esto ha obligado a que los medios cambien sus formas de comunicar, sus modelos económicos y las maneras en que miden a sus audiencias (Hernandez, 2021).

Por otro lado, la teoría también deja claro que la convergencia mediática no se puede entender sin ver lo que pasa a nivel social, cultural y político, ya que la tecnología por sí sola no cambia nada si no se acompaña de transformaciones en cómo la gente participa, accede o tiene control sobre la información, y todavía existen muchas desigualdades, porque no todo el mundo puede usar estos nuevos medios con la misma facilidad, lo que mantiene brechas digitales y deja fuera a muchos, y además hay otros problemas como los algoritmos, la recolección masiva de datos o el hecho de que grandes empresas manejan las plataformas, lo que hace que se generen dudas muy serias sobre la privacidad, la manipulación de lo que la gente piensa y la soberanía sobre los datos que circulan en internet (Hernandez, 2021).

#### ***1.2.4 Teoría del establecimiento de la agenda (Agenda Boulding)***

La Teoría del Establecimiento de la Agenda desde la visión de Kenneth Boulding, también conocida como Agenda Boulding, representa una base conceptual muy profunda dentro del análisis comunicacional y de las ciencias sociales, ya que plantea que las personas no actúan basándose directamente en la realidad como tal, sino en la imagen mental que cada una forma de esa realidad, construida a partir de la información que tiene a su alcance, sobre todo la que recibe a través de los medios de comunicación, lo cual marca una diferencia importante frente a teorías más lineales que se enfocan solo en el mensaje, porque aquí lo que importa no es tanto el hecho en sí, sino cómo la gente lo percibe y cómo esa percepción influye en sus decisiones y acciones cotidianas (Gonzales, 2022).

Kenneth Boulding, quien fue un pensador con una mirada interdisciplinaria entre economía y sociología, defendía la idea de que todo lo que hace una persona está influido por la imagen que tiene de sí misma, de los demás y del mundo que la rodea, por eso su teoría sostiene que lo que determina la conducta no es tanto la información en bruto, sino cómo se organiza esa información en la mente, y los medios tienen un papel muy importante en eso, porque no solo dan noticias o datos, sino que ayudan a construir los mapas mentales con los que las personas interpretan lo que pasa, jerarquizan los temas, hacen asociaciones simbólicas y toman decisiones tanto en lo personal como en lo colectivo (Contreras, 2021).

En esta teoría, la agenda no se entiende simplemente como una lista de temas que los medios priorizan, como ocurre con el modelo clásico de McCombs y Shaw, sino que se concibe como una estructura mental interna que cada persona va formando y actualizando constantemente, una especie de agenda mental que es selectiva, jerárquica, fragmentada y que está influida por muchos factores al mismo tiempo, como los medios, la educación, las experiencias que vive cada quien, la cultura, las emociones y el entorno social, y según Boulding, cada persona construye una imagen del sistema social, una especie de esquema con el que se guía para actuar, tomar decisiones o relacionarse con los demás, y esa imagen no es algo fijo, sino que va cambiando con el tiempo y con la información que recibe y procesa.

Un punto clave en esta teoría es que la información no tiene el mismo efecto en todas las personas, ya que cada individuo la interpreta de manera distinta según sus experiencias previas, su manera de pensar y su visión del mundo, lo que significa que aunque dos personas reciban el mismo mensaje, pueden crear imágenes completamente diferentes de la realidad,

pero a pesar de esa diversidad, los medios masivos tienen la capacidad de generar coincidencias simbólicas, o sea, espacios comunes en la imaginación colectiva que terminan siendo tomados como verdades compartidas, aunque no reflejen con precisión la complejidad del mundo, y esas imágenes dominantes influyen mucho en cómo se entienden problemas como la pobreza, la inseguridad, el cambio climático o la corrupción (Contreras, 2021).

Además, esta teoría explica por qué en muchos casos los temas más importantes desde un punto de vista social o económico no siempre generan una respuesta fuerte en la sociedad, porque si no logran insertarse en la imagen mental colectiva a través de una narrativa que los haga visibles, pueden pasar desapercibidos o ser considerados menos importantes, mientras que otros temas que quizás no tienen tanta relevancia objetiva pueden ocupar el centro del debate si logran conectar con esa imagen compartida, lo que demuestra que no es el hecho en sí lo que genera impacto, sino cómo se lo representa en la mente de la gente (Cordero, 2020).

Esta teoría ha resultado especialmente útil en áreas como la comunicación política, la psicología social, los estudios de cultura mediática o la pedagogía crítica, porque permite analizar cómo se construyen ciertas representaciones sociales sobre temas complejos como el racismo, la violencia, el terrorismo, la salud pública o los estereotipos, y no solo permite ver qué imágenes circulan, sino también cómo esas imágenes influyen en lo que las personas hacen, piensan o dicen (Buitrago, 2023).

Hoy en día, en el contexto digital, las ideas de Boulding cobran una nueva fuerza, ya que vivimos en un entorno donde hay demasiada información y muchas fuentes distintas, lo que hace más difícil construir una imagen coherente del mundo, y además, los algoritmos, las burbujas informativas o la segmentación de contenido personalizan aún más las agendas mentales y hacen que la percepción colectiva se fragmente, por lo que su pensamiento nos invita a pensar en la importancia de una educación crítica que ayude a las personas a reconstruir sus imágenes del mundo de manera más consciente, ética, razonada y basada en valores humanos (Cordero, 2020)..

### **1.3. El Periodismo**

En primera instancia, es necesario definir este concepto. En este aspecto Robledo (2018) señala al periodismo como “la actividad de recopilar, sintetizar, ordenar y divulgar información sobre temas actuales” (p. 6). Para obtener esta información, el periodista debe basarse en fuentes verificables o en su propia experiencia directa.

El periodismo es una actividad comunicativa con un fuerte componente social, cultural y político, cuyo propósito central es buscar, comprobar, interpretar y compartir información que tenga relevancia pública, utilizando para ello distintos formatos y canales como los periódicos, la radio, la televisión y, en los últimos tiempos, los espacios digitales, y si bien muchas veces se asocia únicamente con contar noticias, en realidad cumple un papel estructural en la formación de la opinión pública, en el control ciudadano sobre quienes ostentan el poder, en el desarrollo del pensamiento crítico y en la preservación de la memoria colectiva, lo que lo convierte en una pieza clave dentro de cualquier sistema democrático que funcione con transparencia y participación (Robledo, 2018)

En su esencia más profunda, el periodismo está guiado por principios fundamentales como la búsqueda de la verdad, la objetividad, la autonomía editorial, la responsabilidad ante la sociedad y un compromiso ético que va más allá de lo declarativo, porque estos valores se transforman en criterios concretos que los periodistas deben aplicar a diario en su trabajo, ya que su tarea implica actuar como puente entre los hechos que suceden en el mundo y las personas que necesitan comprenderlos, y para eso se requiere rigor al buscar información, contraste de diversas fuentes, análisis del contexto en que se produce un hecho y claridad para presentarlo sin caer en distorsiones, exageraciones ni rumores infundados (Espinel, 2022).

A lo largo de los siglos, el periodismo ha cambiado de forma profunda para adaptarse a las transformaciones técnicas, sociales y políticas de cada época, ya que pasó de ser simples boletines impresos en el siglo XVII a convertirse en una prensa ilustrada que influía en procesos revolucionarios durante el siglo XIX, para luego adquirir un alcance masivo en el siglo XX con la llegada de la radio y la televisión, y ya en el siglo XXI, el surgimiento del internet y de las redes sociales ha provocado una transformación radical que ha cambiado cómo se produce, se difunde y se consume la información, incluyendo nuevos actores en el ecosistema informativo como los ciudadanos que reportan desde sus comunidades, los generadores de contenido digital y los medios independientes que operan fuera de las estructuras tradicionales (Taco, 2018).

El ejercicio periodístico adopta distintas formas según el enfoque y el objetivo que persigue, ya que se puede hablar de un periodismo informativo que presenta los hechos de manera clara y sin emitir juicios, de un periodismo investigativo que se sumerge en temas complejos para descubrir verdades que están ocultas o disfrazadas y que afectan al bien común, de un periodismo interpretativo que ayuda a entender los acontecimientos desde un análisis más profundo, de un periodismo de opinión que formula posturas bien argumentadas sobre

asuntos polémicos, y de un periodismo de datos que combina el manejo de grandes volúmenes de información con herramientas visuales y estadísticas para hacer comprensible lo complejo, sin dejar de lado otras ramas especializadas como el periodismo cultural, científico, ambiental o deportivo, cada una enfocada en distintos ámbitos del conocimiento y de la vida social (Puente, 2019).

Desde su dimensión social, el periodismo tiene una función clave de vigilancia, ya que actúa como un observador crítico del ejercicio del poder político, económico o judicial, y al denunciar abusos, investigar actos de corrupción o dar espacio a quienes usualmente no tienen voz, ayuda a que haya mayor rendición de cuentas y a que las instituciones funcionen con más transparencia, y esta función, que suele llamarse el “perro guardián” de la democracia, requiere una fuerte independencia, valentía y compromiso con los principios éticos, sobre todo en contextos donde la libertad de prensa se ve amenazada, aunque también cumple una función propositiva cuando difunde buenas prácticas, promueve el diálogo ciudadano, informa de manera educativa o ayuda a construir puentes de entendimiento entre diferentes sectores de la sociedad (Cruz, 2018).

Hoy en día, el periodismo se enfrenta a una serie de tensiones que complican su ejercicio, como la crisis económica que golpea a los medios tradicionales, la dificultad para mantener modelos de negocio sostenibles, el deterioro de las condiciones laborales para quienes ejercen este oficio, el crecimiento de la desinformación, la propagación de noticias falsas, la pérdida de confianza en algunas fuentes, la polarización política y los intentos de gobiernos o grupos de poder por controlar o presionar a la prensa, a lo que se suman desafíos nuevos vinculados al uso de tecnologías como la inteligencia artificial, la protección de los datos personales, la aparición de discursos de odio en plataformas digitales y la necesidad de respetar siempre los derechos de las audiencias (Sotelo y Cabezuelo, 2020).

A pesar de todas estas dificultades, el periodismo sigue siendo una tarea indispensable para la vida democrática, siempre que logre transformarse sin perder su esencia, y en ese sentido, el periodismo digital ha traído nuevas oportunidades como el desarrollo de formatos multimedia, narrativas inmersivas, historias transmedia y espacios de conversación directa con el público, además de dar paso a experiencias colaborativas, comunitarias e independientes que están explorando modelos más participativos, éticos y sostenibles para generar información de calidad (De Aguinaga, 2020).

### ***1.3.1 El periodismo ciudadano y el periodismo móvil***

#### ***El periodismo ciudadano***

El periodismo ciudadano es una forma de generar información que nace de manera espontánea, sin depender de estructuras organizadas ni de una formación profesional en comunicación, ya que lo practican personas comunes que, sin haber estudiado periodismo necesariamente, usan herramientas tecnológicas a su alcance como teléfonos móviles, cámaras, grabadoras o redes sociales para observar, contar y compartir hechos de interés colectivo desde su propia perspectiva y experiencia personal, y este fenómeno se ha hecho mucho más visible gracias a la expansión global del internet y al acceso masivo a dispositivos digitales que permiten que cualquier persona, en cualquier lugar, pueda convertirse en alguien que informa, graba, comenta o documenta lo que sucede a su alrededor (Robledo, 2018)..

A diferencia del periodismo tradicional, que funciona dentro de medios con jerarquías, editores y protocolos establecidos, el periodismo ciudadano rompe con esas estructuras formales y pone al individuo como actor central del espacio informativo, lo cual ha servido muchas veces como una respuesta directa a las fallas, omisiones o sesgos que se encuentran en los medios convencionales, especialmente en momentos de crisis, conflictos armados, desastres naturales o movilizaciones sociales, así como en territorios que suelen ser ignorados por los grandes medios, y es en esos contextos donde los ciudadanos, al estar presentes en el lugar de los hechos, pueden registrar en tiempo real lo que está pasando y hacerlo desde una mirada más cercana, emocional o directa, que a menudo ofrece ángulos que la prensa tradicional no muestra (Rivera, 2021).

Este tipo de práctica ha permitido ampliar el acceso a la información, dar visibilidad a sectores históricamente silenciados y construir nuevas maneras de contar la realidad que no dependen de los intereses de los grandes medios, lo que ha contribuido a hacer más horizontal la comunicación y a generar espacios donde se escuchen más voces, pero también hay que reconocer que el periodismo ciudadano trae consigo varios retos importantes, sobre todo en lo que tiene que ver con comprobar si lo que se dice es cierto, cuidar la ética en la forma de contar las cosas y evitar que se vulneren los derechos de otras personas, ya que al no haber editores, filtros o normativas profesionales que guíen el trabajo, se corre el riesgo de que se publiquen contenidos que no sean verificados, que estén cargados de opiniones personales, que exageren o desinformen, lo que puede afectar la confianza del público (Robledo, 2018).

A pesar de esos riesgos, el valor de esta forma de comunicación está en que puede complementar lo que hacen los medios profesionales y también puede motivar a que más personas participen activamente en los procesos democráticos, ya que en muchos casos los medios tradicionales han empezado a incluir contenidos generados por ciudadanos, creando colaboraciones entre periodistas formados y audiencias que ya no se conforman solo con mirar, sino que quieren contar, opinar, grabar o denunciar, y de esa mezcla han surgido formas híbridas de hacer periodismo que permiten mayor participación, más alcance y una relación distinta entre los medios y la sociedad (Vallejos, 2018).

### ***El periodismo móvil***

El periodismo móvil, también llamado *mojo* por sus siglas en inglés (*mobile journalism*), es una forma actualizada de ejercer el periodismo que implica tanto un cambio técnico como metodológico, ya que se basa en el uso de dispositivos móviles (como teléfonos inteligentes o tabletas) como herramientas principales para grabar, editar y compartir contenidos informativos, y este enfoque ha cambiado por completo la manera tradicional de trabajar en el campo periodístico, al permitir que un solo reportero pueda desempeñar múltiples funciones de forma autónoma, sin requerir grandes equipos ni estructuras complejas para poder informar desde el lugar de los hechos.

En relación a este tema señala Bedoya (2021):

Este tipo de periodismo ha surgido como una respuesta directa a la necesidad de producir noticias con rapidez, con flexibilidad y con costos bajos, especialmente en un contexto donde el público está conectado permanentemente y espera recibir información casi en tiempo real a través de diferentes plataformas, por lo que un periodista que utiliza solo su celular puede grabar videos, tomar fotos, editar contenido, escribir notas, hacer transmisiones en vivo y subir todo eso a redes sociales o portales digitales en muy poco tiempo, lo cual es especialmente útil para cubrir eventos urgentes, inesperados o que ocurren en lugares donde no hay tiempo ni condiciones para montar una cobertura tradicional. (p. 26)

Además de facilitar la rapidez en la producción, el periodismo móvil ha permitido el desarrollo de nuevas formas de contar las historias, incorporando elementos como el video en formato vertical, el uso de drones, las experiencias inmersivas, los podcasts grabados desde el

terreno o incluso entrevistas hechas directamente en redes sociales, y todo esto no solo enriquece el contenido audiovisual, sino que también fortalece la relación entre el periodista y su audiencia, porque ahora se genera una comunicación directa en la que el público puede reaccionar, comentar, preguntar y convertirse en parte activa del proceso informativo (Rotelli, 2022).

Sin embargo, aunque esta forma de hacer periodismo ofrece muchas ventajas, también presenta ciertos riesgos y límites, ya que la facilidad con la que se puede crear y publicar contenido puede llevar a descuidar la verificación, el contexto o la profundidad del análisis, y en algunos casos la presión por estar presente en redes, sumar reacciones o destacar en los algoritmos puede hacer que se priorice lo inmediato o lo impactante por encima de lo reflexivo o lo relevante, lo que puede afectar el rol crítico que debería tener el periodismo, pero a pesar de esos desafíos, el periodismo móvil ha demostrado ser una herramienta valiosa para ampliar el alcance de la información, diversificar las miradas y facilitar el acceso a contenidos desde distintos lugares y con perspectivas variadas (Bureau, 2016).

### ***Problemas en la difusión de información***

Tanto el periodismo ciudadano como el móvil, al igual que los medios tradicionales y digitales en general, están inmersos en un contexto cada vez más complejo y problemático cuando se trata de difundir información, debido a que existen muchos riesgos, distorsiones y desafíos que afectan directamente la calidad, la credibilidad y la utilidad de los contenidos que circulan públicamente, y uno de los problemas más notorios es la saturación de datos o *infoxicación*, un fenómeno que aparece cuando hay tal cantidad de información en distintos formatos y plataformas que se vuelve muy difícil para cualquier persona común saber qué es cierto y qué no, distinguir entre una noticia bien investigada y una simple propaganda, o reconocer cuándo una fuente es confiable y cuándo se trata de un contenido manipulado (Ronda, 2024).

Dentro de este escenario saturado, se ha vuelto mucho más fácil que las *fake news* (es decir, noticias falsas creadas intencionalmente) se propaguen con rapidez gracias a cómo funcionan las redes sociales, ya que muchas veces estas noticias son diseñadas para provocar reacciones fuertes como miedo, enojo o risa, lo que hace que la gente las comparta sin pensar demasiado, y ese tipo de contenidos no solo desinforma, sino que debilita la capacidad de debatir con argumentos y genera una desconfianza creciente hacia los medios y las instituciones

en general, y lo más preocupante es que las plataformas digitales, guiadas por algoritmos, tienden a mostrar primero los contenidos que generan más emociones aunque no sean los más relevantes, creando así *burbujas de filtro* donde cada persona solo ve lo que refuerza sus propias ideas, lo que impide que se dé un diálogo abierto y diverso en la sociedad (Ronda, 2024).

Además, otro problema grave en este entorno es el uso intencional de la información como una herramienta de control por parte de actores poderosos como gobiernos, empresas, partidos políticos o grupos radicales que desarrollan estrategias muy cuidadas para manejar lo que se dice, esconder lo que no les conviene, o construir narrativas que sirvan a sus intereses, y entre esas estrategias están las campañas organizadas de desinformación, el uso de perfiles falsos, bots, trolls o páginas que parecen ser medios pero en realidad solo buscan engañar o influir, lo que termina afectando no solo al periodismo como profesión, sino también a la confianza colectiva en la información como un derecho de todos (Burau, 2016).

Por último, uno de los desafíos éticos más urgentes es la debilidad en la protección de los derechos de las audiencias, ya que muchas veces no existen mecanismos claros que garanticen la transparencia en los contenidos, el derecho a corregir una información falsa, el respeto a los datos personales o la representación de la diversidad de voces en los espacios informativos, y por todo esto, resulta cada vez más importante que se promueva una educación mediática crítica que permita a las personas aprender a evaluar lo que consumen, a revisar las fuentes, a verificar si algo es cierto o no, a identificar cuándo hay una intención oculta detrás de un mensaje y, sobre todo, a defender su derecho a estar bien informadas como base fundamental para que la democracia funcione de verdad (Chacater, 2019).

#### **1.4 Comparación con el periodismo tradicional.**

El periodismo digital y el periodismo tradicional representan dos formas distintas de ejercer la labor informativa que, aunque comparten una misma base en cuanto a su objetivo de investigar, interpretar, comunicar y generar opinión sobre temas relevantes para la sociedad, se diferencian ampliamente en los soportes que utilizan, en las maneras de producir contenidos, en las formas en que los distribuyen, en el tipo de relación que mantienen con sus públicos y en la forma en que las personas consumen esa información, y aunque a veces se piensa que lo digital reemplaza por completo a lo tradicional, en realidad lo que existe es un proceso de transición donde ambos modelos coexisten, se influyen mutuamente y buscan adaptarse a un entorno sociotecnológico que cambia constantemente (Bedoya, 2021).

En lo que respecta a sus puntos en común, tanto el periodismo tradicional como el digital se fundamentan en los valores esenciales del trabajo periodístico, como el compromiso con la verdad, la objetividad, la ética, el respeto a los derechos humanos y la intención de actuar siempre en función del bien público, porque en los dos casos el periodista asume el rol de mediador entre los hechos que suceden y la sociedad que necesita comprenderlos, lo que implica que debe verificar lo que informa, consultar fuentes diversas, entender el contexto en el que ocurren los hechos y proteger a las personas que participan de esas historias, siguiendo una estructura básica de trabajo que incluye investigar, escribir, editar y difundir, aunque cada modelo lo haga a su manera, con diferentes herramientas y tiempos (Burau, 2016).

Otro punto que une a ambos modelos es su búsqueda constante de credibilidad, de generar confianza en quienes los leen, escuchan o ven, y de cumplir una función de vigilancia crítica frente al poder político, económico o institucional, lo que los convierte en elementos esenciales para el buen funcionamiento de una sociedad democrática, porque tanto desde una sala de redacción impresa como desde una página web o una red social, el propósito sigue siendo el mismo: contar hechos que ayuden a entender la complejidad del mundo, denunciar injusticias, dar espacio a quienes no son escuchados y aportar a que la ciudadanía pueda tomar decisiones informadas (Burau, 2016).

Sin embargo, las diferencias se vuelven más evidentes cuando se observan los formatos, las plataformas y las dinámicas de trabajo, ya que el periodismo tradicional se ha caracterizado por tener estructuras más rígidas, con jerarquías editoriales claras, tiempos definidos de publicación (como diarios o programas con horarios fijos), y el uso de soportes físicos como el papel, las ondas radiales o la señal televisiva, lo que genera un ritmo más pausado, con menos acceso inmediato a la información y una relación unidireccional donde la audiencia recibe el contenido sin poder intervenir, mientras que el periodismo digital funciona en un entorno que es interactivo, multiformato y distribuido a través de muchas plataformas, donde la rapidez, la actualización permanente, la posibilidad de adaptar el contenido y la participación del público son aspectos centrales (De Aguinaga, 2020).

En lo digital, los contenidos pueden incluir texto, imágenes, videos, audios, infografías, transmisiones en vivo y enlaces, todo accesible en tiempo real desde cualquier dispositivo conectado, lo que permite nuevas formas de contar historias que son más dinámicas y sensoriales, pero también requiere que el periodista se forme en otras habilidades, como saber editar en distintos formatos, conocer sobre posicionamiento web, interpretar estadísticas de

tráfico o interactuar con algoritmos y comunidades digitales, lo cual no era una exigencia en el periodismo más clásico (De Aguinaga, 2020).

Otra gran diferencia está en la forma en que se relacionan con el público, porque mientras el modelo tradicional tenía un esquema en el que el lector, el oyente o el espectador simplemente recibía la información, el digital ha creado un espacio de comunicación bidireccional y participativa, en el que la audiencia puede comentar, compartir, corregir, debatir o incluso producir contenido, lo que obliga al periodista a asumir un papel más flexible, dispuesto a dialogar y a defender su trabajo en un entorno abierto y muchas veces impredecible.

En cuanto al proceso de verificación, el periodismo tradicional disponía de más tiempo para revisar datos y contrastar versiones antes de publicar, lo que ayudaba a garantizar profundidad y precisión, mientras que en el entorno digital la presión por publicar rápido y por mantenerse visible ha llevado a una lógica donde la inmediatez puede entrar en conflicto con la calidad, y si bien es posible hacer periodismo digital con estándares muy altos, en muchos casos se prioriza lo que genera clics, lo que sorprende o lo que se viraliza, cayendo en titulares llamativos sin fondo o en contenidos diseñados más para impactar que para informar (Cruz, 2018).

También hay diferencias importantes en la forma en que se financian ambos modelos, ya que el periodismo tradicional funcionaba con ingresos provenientes de la venta de ejemplares, suscripciones y publicidad directa, mientras que el digital debe sostenerse a través de visitas, anuncios programáticos, membresías, donaciones, patrocinios o acuerdos con grandes empresas tecnológicas, lo que crea una competencia constante por captar la atención del público, en un escenario donde los algoritmos deciden qué se ve y qué se esconde, lo que puede dejar en desventaja a medios independientes o pequeños frente a gigantes de la comunicación que dominan los espacios informativos (Cruz, 2018).

### **1.5. La opinión pública y el rol de los ciudadanos como productores de contenido.**

La opinión pública es una expresión social que tiene muchas formas, cambia con el tiempo y abarca distintos aspectos, y se refiere a ese conjunto de ideas, creencias, puntos de vista y valoraciones que las personas van compartiendo y haciendo más fuertes dentro de una sociedad cuando se trata de temas que afectan a todos, en especial los que tienen que ver con lo político, lo económico, lo cultural o lo ético dentro de una comunidad.

No se puede ver como si fuera solo la suma de lo que piensa cada individuo por su cuenta, porque en realidad nace de un proceso colectivo donde participan muchas influencias al mismo tiempo, como la historia del país, el contexto político que se vive, el papel que juegan los medios de comunicación, la fuerza de las redes sociales, el nivel educativo de la población, las emociones que comparten los grupos sociales y las relaciones de poder que están presentes en toda la sociedad.

Por eso se puede decir que la opinión pública no solo muestra lo que la gente piensa o siente en un momento determinado, sino que también puede tener un impacto fuerte en las decisiones que toman los gobiernos, en lo que se considera importante para la sociedad e incluso puede cambiar la forma en que muchas personas actúan o piensan en conjunto (Posligua y Ramírez, 2024).

Durante mucho tiempo, la construcción de la opinión pública estuvo íntimamente relacionada con los medios masivos de comunicación, que cumplían la función de intermediarios entre los hechos que ocurrían y la ciudadanía que los recibía, ya que a través de la prensa escrita, la radio o la televisión se transmitían las noticias y se construían relatos que marcaban lo que debía ser visible, qué temas eran importantes (siguiendo la lógica del establecimiento de agenda), y cómo debían ser entendidos esos hechos según los marcos ideológicos o intereses editoriales de cada medio, en un modelo donde el ciudadano asumía un rol más bien pasivo, limitado a recibir la información sin muchas posibilidades de respuesta directa ni de intervenir en la conversación pública. (Vaca et al., 2023, p. 27)

Sin embargo, todo ese esquema empezó a cambiar de forma radical con la aparición del internet y, sobre todo, con la expansión de las redes sociales digitales, ya que con estas herramientas se modificó por completo el modo en que circula la información y se forman las opiniones, porque ahora los ciudadanos no son solo consumidores de contenido, sino que también crean, comparten, comentan y discuten lo que piensan, lo que ven y lo que les preocupa, lo que ha dado paso a un nuevo escenario donde la opinión pública se construye de forma más dinámica, descentralizada y participativa, aunque también con nuevas tensiones y desafíos.

## 1.6 El rol ciudadano

Con la aparición de plataformas digitales abiertas como los blogs, las redes sociales, los canales de video, los foros en línea y los medios colaborativos, cualquier persona que tenga acceso a un dispositivo con conexión ha podido asumir un rol que antes era exclusivo de periodistas, especialistas o académicos, ya que ahora no solo puede consumir información, sino también crearla, modificarla y difundirla libremente, lo que ha provocado un cambio significativo en el panorama comunicacional, permitiendo que la ciudadanía ejerza un papel activo en la construcción de narrativas, muchas veces asumiendo funciones de denuncia, documentación o vigilancia desde una mirada propia y directa, generando con ello una especie de democratización del uso de la palabra pública (Nicolás, 2024).

El ciudadano que produce contenido, ya sea mediante un tuit, un video en TikTok, un post en Facebook o una publicación en un medio alternativo, se convierte en un actor que puede incidir en la discusión colectiva, visibilizando temas que suelen ser ignorados por los medios tradicionales, contradiciendo discursos oficiales o instalando nuevos enfoques que enriquecen el debate, lo cual ha permitido abrir espacios más horizontales donde la construcción de la opinión pública se vuelve más participativa, y en muchos casos, gracias a esta transformación, han podido tomar voz colectivos que antes estaban relegados como pueblos indígenas, organizaciones feministas, comunidades barriales o personas con discapacidad, quienes ahora encuentran espacios donde expresarse, fortalecer su identidad y disputar los sentidos dominantes (Posligua y Ramírez, 2024).

Sin embargo, esta ampliación del protagonismo ciudadano también ha traído consigo retos complejos, sobre todo cuando se trata de garantizar que la información que se genera tenga un mínimo de rigurosidad, esté basada en datos verificables y responda a criterios éticos, ya que no todo lo que se publica en redes parte de una intención responsable o busca el bien colectivo, pues también existen mensajes que circulan motivados por intereses privados, prejuicios, desinformación o incluso odio, y al no haber filtros o controles editoriales claros, esa velocidad con la que se comparten los contenidos ha creado un entorno donde conviven expresiones legítimas de participación junto con campañas manipuladas, noticias falsas, discursos extremistas y teorías sin fundamento que debilitan la discusión pública y contribuyen a la fragmentación y polarización social.

Por eso, el papel del ciudadano no debería quedarse solo en emitir mensajes al azar, sino evolucionar hacia una figura que entienda el poder que tiene cuando comunica, que actúe con conciencia ética, que sepa distinguir hechos de opiniones, que verifique lo que comparte y que respete la pluralidad, ya que solo así podrá aportar a una esfera pública que sea saludable, abierta y democrática, y en este sentido se hace cada vez más urgente impulsar una educación mediática crítica que no solo prepare a las personas para consumir con criterio, sino también para crear y compartir información de forma responsable, incluyente y consciente de su impacto social (Ruiz y Flores, 2023).

Al mismo tiempo, es fundamental comprender que los algoritmos que organizan lo que vemos en las plataformas no son neutrales, ni objetivos, ya que muchas veces dan prioridad al contenido más emocional, polémico o viral, en lugar del más riguroso, equilibrado o informativo, lo que significa que aunque haya más oportunidades para expresarse, también existen barreras invisibles que condicionan la visibilidad, el alcance y la relevancia de los mensajes, y esto limita la verdadera autonomía del ciudadano comunicador, ya que sigue operando dentro de reglas impuestas por grandes corporaciones tecnológicas que controlan buena parte de lo que se puede o no ver en el espacio digital.

### **1.7 Democratización de la información.**

La democratización de la información hace referencia a ese proceso en el que se busca asegurar que todas las personas, sin importar su origen social, género, etnia, lugar donde vivan o nivel educativo, tengan la posibilidad de acceder de manera libre, justa y efectiva a los contenidos necesarios para poder ejercer su ciudadanía de forma activa, tomar decisiones con conocimiento y participar en la vida pública de manera consciente, y este concepto va mucho más allá del simple acceso físico a la información, ya que también implica la posibilidad real de crearla, comprenderla, compartirla y analizarla dentro de un entorno que respete la diversidad, garantice la transparencia y promueva el pluralismo, por lo que democratizar la información no es solo abrir más canales, sino transformar de raíz las estructuras de poder que históricamente han dejado fuera del derecho a comunicar a muchos sectores sociales (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2013).

Durante buena parte de la historia, la información estuvo en manos de grupos poderosos como las élites económicas, ciertos gobiernos autoritarios que restringían las libertades o los grandes

medios de comunicación, que eran quienes decidían qué debía conocer la gente, cómo debía interpretarlo y desde qué perspectiva debía analizarse todo lo que ocurría.

Eso dio lugar a una comunicación de tipo vertical, en la que la mayoría de la población solo podía acceder a una parte limitada de la información, muchas veces manipulada o filtrada, lo cual reducía bastante las posibilidades de que las personas pudieran participar o tener algún tipo de influencia en los asuntos públicos.

Con el tiempo, y sobre todo por los avances tecnológicos que se dieron en el siglo XX, como la llegada de la radio, después la televisión y luego el internet, esa realidad empezó a transformarse.

Estas tecnologías hicieron posible que la información circulara más rápido, por más caminos y sin depender tanto de unos pocos emisores, lo cual contribuyó, aunque no por completo, a debilitar el viejo control que existía sobre lo que se podía comunicar.

Por eso, con ese cambio, más personas comenzaron a involucrarse en los debates sociales, generando una forma de comunicación más abierta, más libre y con una relación más cercana entre quienes emiten y quienes reciben los mensajes (Morales, 2023).

Particularmente, el entorno digital ha acelerado este proceso de democratización al permitir que millones de personas tengan acceso a noticias, investigaciones, datos abiertos, contenidos educativos o puntos de vista diversos desde casi cualquier parte del mundo y muchas veces sin costo, y plataformas como redes sociales, medios alternativos, canales de video o proyectos colaborativos de comunicación han servido como espacios donde sectores tradicionalmente invisibilizados, como pueblos indígenas, colectivos feministas, movimientos juveniles, organizaciones comunitarias o grupos académicos, pueden contar lo que viven, proponer soluciones, denunciar injusticias o ejercer vigilancia desde sus propias realidades y sin depender de los grandes medios ni de filtros editoriales. (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2013, p. 34)

Sin embargo, hablar de democratización de la información no se trata solo de permitir que las personas accedan más fácilmente a los contenidos, sino que va mucho más allá, ya que implica reconocer que todas las personas tienen el derecho no solo de recibir información, sino también de crearla, interpretarla y darle nuevos sentidos dentro del espacio público, partiendo

de la idea de que el conocimiento no está solamente en los medios de comunicación tradicionales o en los discursos oficiales, sino que también se encuentra en la vida diaria de la gente, en los conocimientos propios de cada comunidad, en las costumbres culturales y en la manera en que las personas participan activamente en los procesos sociales, y cuando se valora esa diversidad de saberes, la información deja de ser vista como algo que simplemente se consume para convertirse en un recurso colectivo, que debe manejarse de forma justa, abierta y libre, permitiendo que todos los actores sociales tengan voz y puedan participar en condiciones equitativas (Bedoya, 2021).

A pesar de los avances, todavía existen barreras que limitan este proceso, y una de las más persistentes es la brecha digital, que impide que muchas personas puedan conectarse, tener un dispositivo adecuado o desarrollar las habilidades para usar la tecnología, lo que genera una nueva forma de exclusión, el analfabetismo informativo, que reproduce las desigualdades sociales bajo otra apariencia, y a esto se suma el problema del control de los algoritmos, la concentración del poder mediático en pocas manos, la manipulación de datos, la vigilancia digital o la circulación masiva de información falsa, factores que amenazan los principios de apertura, equidad y autonomía sobre los que debería construirse una verdadera democracia informativa (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2013).

Otro reto importante es la pérdida de calidad en muchos de los contenidos que circulan, porque la abundancia de información, la velocidad con que se comparte, el sensacionalismo, las noticias falsas y la polarización han hecho que se debilite la confianza en las fuentes y que se pierdan los referentes comunes para tener un debate público sano, y por eso no basta con garantizar el acceso técnico a la información, sino que es indispensable impulsar procesos educativos que fortalezcan el pensamiento crítico, que enseñen a verificar, analizar, contextualizar y usar la información de manera ética, política y responsable.

### **1.8 Desafíos éticos y profesionales.**

En el ejercicio actual del periodismo, especialmente dentro de un ecosistema mediático que se mueve a gran velocidad, dominado por la lógica digital y en constante transformación, han surgido numerosos dilemas éticos y profesionales que no solo cuestionan las rutinas diarias de quienes ejercen esta labor, sino que también ponen en discusión los principios filosóficos, normativos y sociales que durante mucho tiempo han sido el sustento de la profesión

periodística, ya que el periodista, concebido como ese puente entre los hechos y la ciudadanía, enfrenta en la actualidad una serie de tensiones complejas que requieren una enorme capacidad de juicio ético, autonomía editorial, compromiso social y actualización permanente en lo técnico, lo narrativo y lo analítico (Mendez, 2017).

Uno de los desafíos más notables es la presión por ser el primero en informar, una exigencia que se ha intensificado con la expansión de las plataformas digitales y la cultura de la viralidad, ya que en épocas anteriores los medios funcionaban bajo rutinas editoriales que permitían verificar la información con más calma antes de publicarla, pero ahora, bajo el ritmo de las redes sociales y la competencia feroz por lograr más clics o más visibilidad, se ha impuesto una lógica que muchas veces deja de lado la rigurosidad para priorizar la rapidez, lo que termina en errores, difusión de datos no contrastados, falta de fuentes sólidas y titulares que apelan a lo emocional más que a lo verdadero, generando un conflicto constante entre la necesidad de informar con responsabilidad y la presión de producir contenido en tiempo real (Vaca et al., 2023).

A esta carrera contra el tiempo se suma el problema de la objetividad y la independencia, dos valores centrales del periodismo que hoy se ven comprometidos por distintas fuerzas, ya que muchos medios están condicionados por intereses económicos, por presiones de anunciantes o por vínculos con grupos políticos que terminan afectando su autonomía editorial, y además los periodistas, como cualquier otra persona, también forman parte de un entorno social e ideológico que influye en su forma de ver el mundo, por lo que el verdadero desafío no está en alcanzar una supuesta neutralidad sino en actuar con honestidad intelectual, reconocer los propios marcos interpretativos y no convertir esas miradas en instrumentos de manipulación o propaganda (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2013).

Otro aspecto crítico está relacionado con el manejo ético de la información delicada, sobre todo en temas que involucran derechos humanos, violencia, infancia, género o poblaciones vulnerables, porque en estos casos el periodista debe actuar con sensibilidad y aplicar criterios como el consentimiento informado, la privacidad, la no revictimización y la representación respetuosa de quienes aparecen en sus coberturas, evitando convertir el sufrimiento en espectáculo o caer en formas de simplificación que refuercen estigmas y narrativas injustas, por lo que la ética del cuidado se vuelve un principio imprescindible para evitar que la cobertura informativa cause más daño del que pretende denunciar (Nicolás, 2024).

Además, con el auge del periodismo de datos, la automatización de contenidos y la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en los procesos editoriales, se abren nuevos dilemas relacionados con la privacidad, el uso de la información personal de las audiencias, la transparencia en los criterios algorítmicos y la gobernanza tecnológica, ya que muchos medios recogen datos sobre sus usuarios para personalizar contenidos o rentabilizar su presencia digital, lo que obliga al periodista a reflexionar sobre cómo se obtiene, almacena y utiliza esa información, entendiendo que cada acción en el entorno digital tiene consecuencias sobre la autonomía, la seguridad y la confianza de las personas (Viñas R. et al., 2023).

En cuanto a lo profesional, el periodista de hoy debe prepararse constantemente, ya que el contexto cambia con tal rapidez que obliga a desarrollar una serie de habilidades múltiples, que van desde saber redactar y entrevistar, hasta grabar, editar, analizar estadísticas de tráfico, moverse en redes sociales, comprender cómo funcionan los algoritmos y tener nociones básicas de los marcos legales que rigen el espacio digital, y aunque esta multidisciplinariedad enriquece el perfil profesional, también puede generar condiciones laborales inestables, acumulación de tareas, agotamiento emocional y pérdida de identidad profesional, en un sistema que muchas veces privilegia lo rentable por encima de lo riguroso (Mendez, 2017).

Por último, es imposible dejar de lado el riesgo físico, emocional y legal que enfrentan muchos periodistas en distintas partes del mundo, sobre todo en contextos donde la libertad de prensa está en peligro, ya que las amenazas, el acoso en redes, las campañas de desprestigio, las denuncias judiciales y hasta la violencia directa contra comunicadores han ido en aumento, haciendo del periodismo una profesión de alto riesgo que necesita ser protegida con mecanismos legales adecuados, apoyo gremial efectivo y acompañamiento institucional, para que quienes informan puedan seguir ejerciendo su labor sin miedo y con garantías reales de seguridad.

## **1.9 Convergencia digital y ecosistemas mediáticos**

La convergencia digital constituye uno de los procesos más trascendentes en la transformación de los medios de comunicación actuales, ya que ha modificado profundamente no solo la manera en que se produce y se distribuye la información, sino también cómo se la consume, entendiendo este fenómeno como la integración de distintas plataformas tecnológicas, lenguajes narrativos y modelos comunicacionales dentro de un mismo entorno dominado por lo digital, lo cual va más allá de una evolución meramente técnica, pues implica

una transformación cultural, simbólica y económica que ha configurado un nuevo escenario mediático donde la interacción, la conexión constante, la descentralización y la participación activa del público son elementos centrales (Viñas R. et al., 2023).

En este proceso convergen medios que antes estaban claramente separados (como la prensa escrita, la televisión, la radio o el cine) en una única interfaz tecnológica, accesible desde dispositivos móviles, computadoras, tabletas u otras plataformas digitales que permiten integrar texto, imágenes, audio y video en una sola pieza informativa, facilitando que una misma noticia pueda presentarse en diferentes formatos, difundirse en redes sociales y alcanzar a públicos diversos, lo cual cambia la lógica de producción, ya que el contenido ya no se diseña pensando en un único canal, sino en su adaptabilidad para funcionar en distintos entornos y para distintos usuarios (Ruiz & Flores, 2023).

Esta convergencia también ha alterado el balance de poder dentro del sistema mediático, porque si antes los medios tradicionales tenían el control casi total de la agenda pública y decidían qué temas eran relevantes y cómo debían interpretarse, ahora ese poder se distribuye entre múltiples actores, como medios emergentes, plataformas digitales, periodistas independientes, creadores de contenido y algoritmos automatizados que operan en tiempo real, generando un ecosistema mucho más plural, pero también más inestable, donde la información verificada convive con falsedades, los análisis rigurosos se mezclan con contenidos emocionales y el periodismo profesional compite con discursos manipuladores (Mendé, 1999).

En este contexto, las plataformas digitales y redes sociales han pasado a desempeñar un papel central, ya que son las nuevas infraestructuras por donde circula la información, pero no solo actúan como canal, sino también como filtro, jerarquizando y mostrando los contenidos de acuerdo con algoritmos que responden a lógicas comerciales o ideológicas, lo que significa que hoy en día la visibilidad de una noticia no depende exclusivamente de su importancia periodística, sino de su capacidad para generar interacción, captar clics y viralizarse en un entorno digital hipercompetitivo, lo que genera una tensión constante entre el valor informativo de un contenido y su valor de mercado, afectando muchas veces la calidad del periodismo y desviando la atención hacia lo emocional, lo superficial o lo polarizante.

Además, en este nuevo entorno, los usuarios ya no se limitan a recibir pasivamente la información, sino que participan activamente del proceso comunicativo, comentando, compartiendo, creando, opinando o viralizando contenidos, lo cual les da un rol protagónico

en la configuración del discurso público, permitiendo visibilizar agendas antes excluidas y democratizar el acceso a la palabra, aunque al mismo tiempo esto plantea nuevos desafíos relacionados con la ética, la precisión de la información y la aparición de fenómenos como la desinformación, los discursos de odio o las campañas digitales organizadas (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 2013).

Frente a estos cambios, los medios tradicionales han tenido que adaptarse, reformular sus estructuras internas, repensar sus estrategias editoriales y modificar sus modelos económicos, ya que hoy no basta con informar una vez al día, sino que se requiere estar presente en tiempo real, crear contenidos atractivos en distintos formatos, dialogar con las audiencias, diversificar ingresos y analizar en profundidad el comportamiento digital del público, lo cual ha generado una necesidad creciente de perfiles profesionales que dominen no solo la escritura periodística, sino también la edición de video, el diseño de contenidos multimedia, el uso de herramientas analíticas y la comprensión de las dinámicas del entorno digital.

Desde una mirada más amplia, este nuevo ecosistema mediático puede describirse como un entorno complejo, dinámico, interconectado y cambiante, donde interactúan medios tradicionales con actores digitales, donde se borran las líneas entre lo público y lo privado, y donde la construcción del sentido ya no está en manos de unos pocos emisores, sino distribuida entre millones de usuarios que producen, comparten y reformulan información constantemente, lo cual exige que la ciudadanía desarrolle habilidades críticas para orientarse en esta abundancia de datos, identificar qué fuentes son fiables, distinguir entre hechos y opiniones, y participar de manera consciente y ética en la creación de una esfera pública más democrática, plural y responsable.

### ***1.9.1 Ecosistema mediático móvil (teoría de Canavilhas y Goodman).***

El ecosistema mediático móvil, tal como ha sido conceptualizado por autores como João Canavilhas (2011), representa una reconfiguración profunda del entorno comunicacional contemporáneo, producto del protagonismo creciente que han adquirido los dispositivos móviles y de su incorporación cada vez más habitual en las formas cotidianas de consumir, producir y compartir información, ya que este concepto alude a un entramado dinámico de plataformas, tecnologías, hábitos, flujos comunicativos, lenguajes y dispositivos portátiles (como los teléfonos inteligentes o las tabletas) que han alterado de manera radical no solo los formatos en los que se presenta el contenido, sino también el papel que desempeña el usuario

dentro del proceso de comunicación, transformando además el sentido mismo del tiempo, del espacio y de la manera en que se establece la conexión con el mundo informativo.

Desde el enfoque de João Canavilhas (2011), este ecosistema móvil es el resultado lógico de la evolución de los medios digitales hacia una forma de comunicación más inmediata, omnipresente e interactiva, en la que el usuario adquiere un rol permanente, activo y personalizado en la forma en que accede y se relaciona con las noticias y otros contenidos informativos, y en sus análisis Canavilhas destaca que el cambio no es únicamente técnico (como sustituir una computadora por un smartphone), sino también estructural y cultural, ya que las rutinas informativas se han desplazado de horarios específicos y plataformas definidas hacia un modelo en el que la información está disponible de manera continua, adaptada al dispositivo que se tenga a mano, al estado de ánimo del usuario y a la inmediatez como expectativa constante.

En este contexto, la idea de “tiempo real” adquiere una dimensión distinta, ya que no basta con publicar rápido: los contenidos deben ser livianos, adaptables, atractivos, visualmente eficaces e incluso diseñados en módulos breves que permitan ser leídos o visualizados en fragmentos, escaneados con agilidad y compartidos con facilidad, lo que da lugar a nuevas narrativas digitales como el periodismo móvil (*mojo*)<sup>1</sup>, los videos verticales, los formatos efímeros como las *stories*<sup>2</sup>, y todo tipo de piezas que se diseñan pensando desde un inicio en cómo se verán en un entorno digital y móvil, donde lo emocional y lo visual muchas veces prevalecen sobre el análisis extenso o el texto lineal tradicional.

Desde otra mirada, Rob Goodman (2024) plantea una reflexión más crítica y filosófica sobre el impacto que tiene este ecosistema mediático móvil en la forma de pensar, de atender y de deliberar colectivamente, y en sus estudios advierte que la constante conexión, la fragmentación de los contenidos y la lógica del *scroll* permanente tienden a provocar una saturación de estímulos que debilita la concentración, dificulta la reflexión profunda y convierte al espacio público en una secuencia de impresiones breves, descontextualizadas y muchas veces superficiales, lo que genera una ciudadanía más impulsiva y emocional, menos

---

<sup>1</sup> Modalidad de periodismo que utiliza dispositivos móviles para grabar, editar y difundir contenidos informativos en tiempo real

<sup>2</sup> Formato visual breve y efímero, diseñado para redes sociales, que permite compartir contenidos que desaparecen tras 24 horas

orientada al juicio crítico o a la deliberación argumentada, y más propensa a reaccionar o compartir sin analizar.

No obstante, tanto Canavilhas (2011) como Goodman (2024) reconocen que este ecosistema móvil ha contribuido a redistribuir el poder simbólico, desafiando el control exclusivo que antes tenían los grandes medios tradicionales, ya que ha abierto caminos para una participación más amplia de la ciudadanía, permitiendo que personas comunes se conviertan en productores de contenido, en narradores de su propia realidad y en actores visibles dentro del debate público, lo que ha dado lugar al crecimiento de un periodismo ciudadano móvil y a la articulación de movimientos sociales que se organizan, denuncian y convocan a través de estos dispositivos que combinan portabilidad, conectividad y capacidad audiovisual de alta calidad.

A pesar de estas potencialidades, el entorno también trae consigo serios retos éticos, técnicos y profesionales, como la necesidad de verificar en tiempo real los contenidos que circulan, la falta de protección sobre los derechos de autor o de imagen, la creciente presencia de campañas organizadas de desinformación, y el peligro de que la lógica de viralización termine desplazando los valores fundamentales del periodismo, reduciendo el contenido a piezas diseñadas exclusivamente para agradar a los algoritmos y sacrificando con ello la profundidad, la veracidad y el interés público en favor del impacto inmediato, lo que finalmente termina afectando la calidad de la información y su función como bien común dentro de una democracia.

### ***1.9.2 Relación entre usuarios, medios y tecnología.***

La relación entre los usuarios, los medios y la tecnología ha vivido una transformación profunda y estructural a lo largo de las últimas décadas, impulsada principalmente por la expansión de internet, la digitalización de los procesos comunicativos y la consolidación de plataformas interactivas que han alterado los flujos informativos, así como los papeles que tradicionalmente ocupaban los distintos actores dentro del ecosistema mediático, ya que aquel modelo jerárquico y unidireccional (donde los medios producían contenido y los ciudadanos se limitaban a recibirlo pasivamente) ha sido reemplazado por una dinámica más abierta, bidireccional y descentralizada, en la cual los usuarios no solo interpretan y redistribuyen la información, sino que participan activamente en su creación y en la construcción colectiva de significados (Nicolás, 2024).

En este nuevo entorno, los medios han dejado de ser los únicos portadores legítimos del discurso público, y aunque todavía mantienen una función destacada en la definición de agendas y en la formación de representaciones sociales, ya no poseen el monopolio de la mediación entre la realidad y la opinión pública, porque los usuarios, gracias a las herramientas tecnológicas que tienen a su disposición, han pasado de ser receptores pasivos a convertirse en *prosumidores*, es decir, en actores que producen y consumen contenido simultáneamente, y que lo hacen desde sus propios dispositivos, compartiendo, comentando y viralizando información que en muchos casos complementa, interpela o incluso desafía las narrativas provenientes de medios convencionales, lo que ha contribuido a ampliar, al menos parcialmente, el acceso a la esfera pública y a diversificar las voces, los formatos y las agendas que circulan en el espacio comunicacional (Nicolás, 2024).

En este marco, la tecnología no actúa como un simple vehículo neutral, sino como una infraestructura simbólica que estructura las formas en que se organiza la información, se jerarquizan los contenidos y se diseñan las interacciones, ya que plataformas como Google, Facebook, TikTok o X (anteriormente Twitter) no solo distribuyen contenido, sino que lo filtran, lo ordenan y lo priorizan en función de algoritmos que responden a criterios como la rentabilidad, la popularidad o la capacidad de retención del usuario, lo que significa que hay una mediación invisible que define qué se ve y qué no, y esta mediación no necesariamente responde a principios periodísticos o a consideraciones éticas vinculadas al interés público (Posligua y Ramírez, 2024).

Como consecuencia de esta interacción entre usuarios, medios y plataformas tecnológicas, ha surgido un ecosistema donde las audiencias ya no son homogéneas, sino fragmentadas, y donde los contenidos que recibe cada persona están cada vez más personalizados, basados en sus preferencias, hábitos y creencias previas, lo que refuerza sesgos cognitivos, reduce la exposición a ideas distintas y limita el ejercicio de un pensamiento crítico informado, mientras que los medios adaptan su producción a la lógica de los clics y del tiempo de permanencia en pantalla, buscando sobrevivir en un contexto donde el valor del contenido se mide más por su rendimiento en redes que por su profundidad o rigor informativo, y la tecnología, por su parte, automatiza procesos, recopila enormes volúmenes de datos, perfila a los usuarios y establece rutas de acceso al conocimiento que escapan muchas veces al control consciente del usuario común (Nicolás, 2024).

Este reordenamiento también ha afectado la manera en que se entiende la credibilidad, porque en este entorno digital la cantidad de fuentes informativas ha crecido de forma descontrolada, sin que existan mecanismos claros para verificar la calidad o la veracidad de lo que circula, ya que cualquier persona puede publicar contenido, cualquier imagen puede ser manipulada, y cualquier dato puede alcanzar un nivel de visibilidad masivo sin haber pasado por filtros de comprobación, lo que ha generado una pérdida de confianza hacia los medios tradicionales y ha hecho surgir nuevas formas de legitimación que se basan más en la cercanía emocional, la afinidad ideológica o la percepción de autenticidad, que en el rigor metodológico o en la evidencia empírica.

A pesar de estos desafíos, también es cierto que este entorno ha abierto nuevas posibilidades para una ciudadanía que, si desarrolla competencias críticas, puede convertirse en un actor activo, consciente e informado dentro del espacio público, siempre que sea capaz de evaluar los contenidos que consume, comprender las dinámicas tecnológicas que los condicionan y participar de forma ética y responsable, lo cual convierte a la educación mediática y tecnológica en una herramienta fundamental para restablecer un equilibrio en esta relación y para garantizar que el acceso a la información se mantenga como un derecho y no como una mercancía, y que la participación digital esté guiada por el bien común y no únicamente por el entretenimiento, la viralidad o el posicionamiento individual.

### **1.10 Algoritmos y personalización de contenidos.**

En el contexto mediático actual, dominado por redes sociales y entornos digitales, los algoritmos se han transformado en una estructura central que determina de forma decisiva cómo se organiza, se distribuye y se consume el contenido informativo, publicitario y de entretenimiento, ya que estas secuencias programadas de instrucciones matemáticas, que analizan grandes volúmenes de datos para tomar decisiones en función de patrones de comportamiento, son la base tecnológica sobre la que se construye la personalización del contenido, una práctica orientada a ofrecer a cada usuario una experiencia informativa diseñada según sus hábitos, gustos y preferencias, lo cual, si bien permite hacer más fluida y eficiente la navegación, también plantea desafíos profundos en términos éticos, políticos y culturales, especialmente en lo que respecta a la pluralidad informativa, la calidad del debate público y la autonomía ciudadana (Suárez y del Campo, 2024).

Desde el punto de vista técnico, estos sistemas funcionan mediante la recolección continua de datos que las personas generan al interactuar con las plataformas: los clics que realizan, las búsquedas que efectúan, el tiempo que permanecen en cada contenido, los comentarios que dejan, las publicaciones que comparten, su ubicación geográfica y sus redes de contacto, y con esta información, las plataformas construyen perfiles que permiten predecir qué tipo de contenido es más probable que atraiga su atención y prolongue su permanencia dentro del ecosistema digital, lo que hace que la información que recibe un usuario sea distinta a la que recibe otro, incluso si ambos buscan lo mismo o siguen cuentas similares, porque el contenido no se muestra al azar ni de forma neutral, sino bajo una lógica algorítmica que prioriza lo que es rentable, viralizable y emocionalmente atractivo, dejando en segundo plano criterios editoriales tradicionales como la importancia social, la diversidad de voces o la veracidad del contenido (Sánchez, 2021).

Uno de los efectos más debatidos de esta lógica algorítmica es la creación de las llamadas *burbujas de filtro*, un concepto desarrollado por Eli Pariser que hace referencia a ese fenómeno en el que los usuarios son expuestos casi exclusivamente a información que refuerza sus opiniones, sus creencias y sus sesgos previos, evitando el contacto con otras miradas, lo que reduce la diversidad del entorno informativo, fortalece la polarización ideológica, limita el pensamiento crítico y debilita la posibilidad de construir consensos sociales, especialmente en contextos de alta tensión política, donde este tipo de dinámicas puede intensificar la radicalización, profundizar el aislamiento de grupos y fragmentar aún más la esfera pública, dificultando los procesos deliberativos que sostienen la vida democrática. (Sánchez, 2021, p. 45)

Además, es importante reconocer que los algoritmos no son entidades objetivas o imparciales, ya que son diseñados por seres humanos y organizaciones que responden a intereses específicos, ya sean comerciales, ideológicos o políticos, por lo que las decisiones que estos sistemas automatizados toman están atravesadas por múltiples sesgos, incluso cuando no son intencionados, y existe amplia evidencia que demuestra cómo plataformas como YouTube, Facebook o TikTok tienden a amplificar contenidos que son extremos, escandalosos o intensamente emocionales, porque estos suelen generar más interacciones, lo que se traduce en mayores ingresos publicitarios, dando lugar así a un ecosistema donde la lógica de lo viral termina desplazando al rigor periodístico, donde la emoción reemplaza al argumento, y donde lo inmediato prima sobre lo reflexivo (Vaca et al., 2023).

El impacto que esta estructura algorítmica tiene sobre el ejercicio periodístico también es significativo, ya que las redacciones han empezado a producir contenido no solo pensando en su línea editorial o en el interés público, sino también en cómo posicionarse mejor dentro de los algoritmos de buscadores y redes sociales, lo que ha dado origen a una práctica cada vez más extendida: la optimización algorítmica del periodismo, en la cual se ajustan los títulos, los formatos y hasta los enfoques de los textos según lo que el sistema privilegia, lo que a menudo compromete la autonomía editorial, empobrece la calidad de los contenidos e introduce una homogeneización temática que responde más a lo que se puede viralizar que a lo que realmente se necesita saber (Nicolás, 2024).

Aun así, cuando se aplican con responsabilidad, transparencia y enfoque social, los algoritmos también pueden ser aprovechados positivamente, ya que permiten que los usuarios accedan a contenidos especializados, que encuentren comunidades con intereses afines, que se beneficien de experiencias educativas personalizadas o que incluso puedan ser guiados hacia servicios públicos relevantes, y la clave está en diseñar sistemas que no se orienten únicamente por la lógica del mercado, sino que consideren el valor informativo, el pluralismo y la necesidad de proteger el derecho a una ciudadanía informada y activa (Suárez y del Campo, 2024).

Por todo esto, resulta cada vez más urgente avanzar hacia una alfabetización algorítmica que permita a las personas entender cómo se configura el flujo de información que reciben, cuáles son los mecanismos que lo determinan, qué datos están entregando, cómo proteger su privacidad y cómo ejercer de manera consciente sus derechos en un entorno mediado por tecnologías que son invisibles pero altamente influyentes, y esto debe ir acompañado de regulaciones claras, mecanismos de transparencia y responsabilidad institucional por parte de las grandes plataformas tecnológicas, que deben rendir cuentas sobre el impacto de sus algoritmos, evitar la manipulación informativa y garantizar condiciones mínimas de integridad y equidad en el acceso a la información como un derecho fundamental y no como un privilegio condicionado por el mercado.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1 Tipo de Investigación

Este trabajo utiliza una metodología de tipo mixto, Para Monje (2021)

La metodología mixta es un enfoque de investigación que integra elementos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, permitiendo analizar un fenómeno desde diferentes perspectivas. A través de la combinación de datos numéricos, que aportan objetividad y medición, con interpretaciones descriptivas que exploran significados y contextos, este método busca ofrecer una comprensión más profunda y equilibrada de la realidad. Su fortaleza radica en la complementariedad: mientras los métodos cuantitativos permiten identificar patrones y relaciones, los cualitativos ayudan a explicar las causas, percepciones y experiencias que los sustentan. (p. 16)

El uso y aplicación de esta metodología permite comprender de una manera más profunda cómo se desarrolla el periodismo móvil en la provincia de Imbabura, ya que al unir técnicas cualitativas y cuantitativas se puede analizar tanto datos concretos como también las ideas, opiniones y percepciones que tienen las personas, lo que da una visión más amplia y equilibrada de todo el fenómeno que se está estudiando.

Por el lado cualitativo, se va a trabajar principalmente con la revisión de bibliografía especializada y con entrevistas semiestructuradas que se harán a periodistas y expertos en el tema, con la intención de conocer más a fondo cómo se comunican, qué significados le atribuyen a esta forma de hacer periodismo y qué criterios consideran importantes en su práctica cotidiana.

Al mismo tiempo, en la parte cuantitativa, se van a aplicar encuestas estructuradas con una escala tipo Likert a un grupo representativo de personas, con el fin de identificar qué hábitos tienen en relación con el consumo de noticias y qué nivel de confianza muestran frente al periodismo móvil como fuente informativa.

Este estudio es de tipo explicativo porque su objetivo es entender cuáles son las causas y los efectos que tiene el uso del periodismo móvil en la manera en que las personas van formando sus opiniones sobre lo que ocurre en la sociedad.

El diseño que se ha elegido es no experimental y transversal, lo cual significa que se va a observar la realidad tal como es, sin intervenir ni modificarla, y que todos los datos se van a recoger en un solo momento determinado dentro del proceso de investigación.

También se lo considera un estudio de tipo correlacional-exploratorio, ya que busca establecer relaciones entre variables que no han sido suficientemente analizadas dentro del contexto local, y con eso se espera comprender mucho mejor cuál es el papel que cumple el periodismo móvil, ya sea como una alternativa diferente o como un apoyo complementario frente a los medios de comunicación tradicionales.

## **2.2 Técnicas e instrumentos**

Durante el proceso investigativo, se van a utilizar tres técnicas principales para reunir la información necesaria, que son las entrevistas semiestructuradas y las encuestas estructuradas, cada una con su propio instrumento específico y con una población a la que va dirigida, y a continuación se explica cómo se va a usar cada una de estas técnicas junto con una pequeña definición que ayude a entender en qué consisten.

### **2.2.1 Entrevistas**

La entrevista semiestructurada es una forma de recolectar información que se usa en investigaciones cualitativas y que ayuda a conocer más a fondo lo que piensan o viven ciertas personas, ya que se basa en una conversación directa con quienes tienen algo importante que aportar (Bernal, 2010). En este caso se va a realizar a miembros de ONGs que trabajan en temas de comunicación, derechos o desarrollo en sus comunidades, y también a periodistas que ya han trabajado en medios digitales o móviles dentro del territorio

Para hacerlo se usará un cuestionario que tiene diez preguntas cerradas y que están pensadas para tratar temas como cómo influye el periodismo móvil en la vida de las personas, qué tanta confianza genera este tipo de medios, cómo se conectan o diferencian con los medios más tradicionales, y qué problemas técnicos o éticos enfrentan, ya que las respuestas que den estas personas van a servir para entender mejor las distintas visiones que existen entre quienes participan directamente en el mundo de la comunicación en Imbabura, tanto para ver en qué están de acuerdo como en qué no.

### 2.2.2 Encuestas

La encuesta es una herramienta de tipo cuantitativo que sirve para recoger información de manera ordenada usando un cuestionario que se entrega a un grupo de personas que representa a toda la población que se quiere estudiar (Baquero, 2015). Durante la presente investigación, esta técnica se aplicará a hombres y mujeres en edad productiva (18 a 65 años) dentro de la provincia de Imbabura, con la idea de saber cuánto usan el periodismo móvil, qué tanta confianza le tienen y cómo lo comparan con el periodismo tradicional

El instrumento que se va a usar es un cuestionario con diez preguntas en una escala tipo Likert, donde las personas pueden decir si están totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, y esto va a permitir ver con qué fuerza opinan sobre los temas, además este tipo de formato ayuda a analizar los datos con más facilidad y a descubrir relaciones entre cosas como la edad, el lugar donde viven, el nivel de estudios que tienen y cuánto usan los medios móviles para informarse.

### 2.3 Matriz de variables

Tabla 3. Matriz de variables

Objetivos	Instrumento	Variable	Dimensión	Indicadores
OE1: Examinar oportunidades y obstáculos del periodismo móvil en Imbabura.	Encuestas	Factores contextuales	Acceso tecnológico	Porcentaje de la población con acceso a un Smartphone
		Aceptación social	Percepción de utilidad	Nivel de satisfacción con el periodismo móvil vs tradicional en la población.

	Entrevistas	Formación profesional	Conocimiento	Nivel de conocimiento de los periodistas que utilizan dispositivos móviles
OE2: Analizar el impacto del periodismo móvil en la opinión pública vs medios tradicionales.	Encuestas	Credibilidad e Influencia	Alfabetización mediática	Porcentaje de usuarios que confían en las noticias vista por dispositivos móviles vs tradicionales.
	Entrevistas	Participación ciudadana	Interacción en plataformas	Frecuencia de comentarios / compartir noticias en redes sociales
	Observación directa	Inmediatez y viralización	Velocidad de difusión	Tiempo promedio entre el evento y su publicación en medios móviles vs tradicionales.
OE3: Proponer estrategias de optimización para el	Entrevistas	Viabilidad de estrategias	Recursos disponibles	Nivel de acceso a infraestructura tecnológica y apoyo institucional

periodismo móvil de Imbabura.		Colaboración comunitaria	Involucramiento de actores locales	Número de iniciativas conjuntas entre periodistas y comunidades.
-------------------------------	--	--------------------------	------------------------------------	--

*Nota.* Elaboración del autor

## 2.4 Pregunta de investigación

- ¿Qué oportunidades y obstáculos enfrenta el periodismo móvil en la provincia de Imbabura y cómo influyen estos factores en la construcción de una comunicación efectiva?
- ¿Cómo impacta el contenido generado por el periodismo móvil en la opinión pública y en las actitudes de los ciudadanos de Imbabura en comparación con el periodismo tradicional?
- ¿Qué estrategias pueden implementarse para optimizar el periodismo móvil en Imbabura, tomando en cuenta sus características locales y contextos socioculturales, a fin de fortalecer la participación ciudadana crítica y activa?

## 2.5 Participantes

Calcular el tamaño de la muestra es un paso clave para asegurar que los resultados obtenidos sean realmente representativos y tengan la confianza necesaria, por eso, partiendo de que la población total en la provincia de Imbabura es de 398.244 personas, según el INEC (2022) en su último censo poblacional; Se aplicó un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, lo que llevó a determinar que se necesitaba encuestar al menos a **384**

personas, ya que con esa cantidad se puede tener la seguridad de que los datos recogidos reflejan con suficiente precisión lo que ocurre en la realidad, lo cual fortalece el análisis estadístico y aporta una base empírica firme sobre la cual se puedan construir conclusiones válidas y propuestas con sustento.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

- N (población total): 398.244
- Z (nivel de confianza 95%): 1.96
- p (proporción de éxito): 0.5 (cuando no se conoce el dato exacto, se usa el máximo de variabilidad)
- q (proporción de fracaso): 0.5 (porque  $q = 1 - p$ )
- e (margen de error): 0.05 (5%)

**$n \approx 384$  personas**

Para el desarrollo de las entrevistas semiestructuradas para agentes claves, será de 4 periodistas locales (2 tradicionales, 2 digitales) y 2 representantes de ONGs o líderes/as comunitarios/as.

## **2.5 Procedimiento y análisis de datos**

### ***2.5.1 Fases del desarrollo y análisis de datos***

El proceso metodológico seguido en esta investigación se divide en tres momentos que se relacionan entre sí y que permiten recolectar, procesar e interpretar los datos de manera coherente, según el enfoque mixto que se ha decidido aplicar.

#### **Fase 1: Recolección de datos**

En esta parte se usan herramientas tanto cualitativas como cuantitativas con el objetivo de captar no solo el detalle interpretativo sino también una visión más amplia y estadística del fenómeno que se está estudiando.

a) Lo primero que se hace es un análisis bibliográfico y documental, donde se revisan investigaciones anteriores, artículos académicos y documentos oficiales que tengan que ver con redes sociales, el consumo de noticias y el uso de dispositivos móviles por parte de la población de Imbabura, ya que todo esto sirve como base teórica para poder entender mejor cómo se mueve la comunicación y cuál es el contexto del periodismo móvil en la zona.

b) Luego se aplican encuestas a personas entre 18 y 65 años (rango de edad laboral) de hombres y mujeres, que viven en zonas urbanas y rurales de la provincia, y estas encuestas están diseñadas con preguntas cerradas en escala de Likert, lo que permite obtener datos numéricos sobre cómo consumen información, qué tanto confían en estos medios, qué tan objetivos los consideran y cómo los comparan con los medios tradicionales.

c) Después, se realizan entrevistas semiestructuradas a periodistas de la zona y a representantes de ONGs que trabajan en temas de comunicación, con la idea de conocer más a fondo los elementos que afectan cómo se desarrolla y cómo se percibe el periodismo móvil en este contexto, ya que a través de sus respuestas se puede entender mejor qué piensan, qué patrones se repiten y qué experiencias tienen que ayuden a interpretar el fenómeno de una forma más rica.

## **Fase 2: Triangulación de datos**

En esta etapa lo que se hace es juntar los datos cualitativos y cuantitativos, pero no por separado, sino analizándolos al mismo tiempo para tener una visión más completa del objeto de estudio, lo que además permite comparar lo que dicen distintos métodos y diferentes personas, ayudando a que los resultados sean más sólidos.

Para la parte cuantitativa, se utilizará Google Forms para organizar y procesar las respuestas de las encuestas, y se aplicarán fórmulas estadísticas simples para calcular porcentajes, promedios y niveles de percepción relacionados con temas como objetividad, confianza y calidad informativa.

Mientras tanto, en el componente cualitativo, las entrevistas serán transcritas completas en Word y luego se codificarán temáticamente, lo que permitirá identificar categorías que surgen del análisis, repeticiones en los discursos y relaciones entre distintas variables comunicativas.

## **Fase 3: Sistematización y análisis de la información**

En esta última fase se hace una revisión crítica e integral de todos los datos que se han recogido, uniendo las diferentes fuentes para comparar los hallazgos, ver si son coherentes entre sí y entenderlos dentro del contexto social y comunicativo de Imbabura.

a) Se describirán los resultados de manera analítica siguiendo los objetivos específicos del estudio, poniendo especial atención en los puntos en común y en las diferencias importantes.

b) Además, se construirá una matriz DAFO para el periodismo móvil en esta provincia, con el fin de detectar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, lo que servirá para proponer recomendaciones que ayuden a mejorar su papel como medio que fomente la participación de la ciudadanía y que contribuya a formar una opinión pública mejor informada.

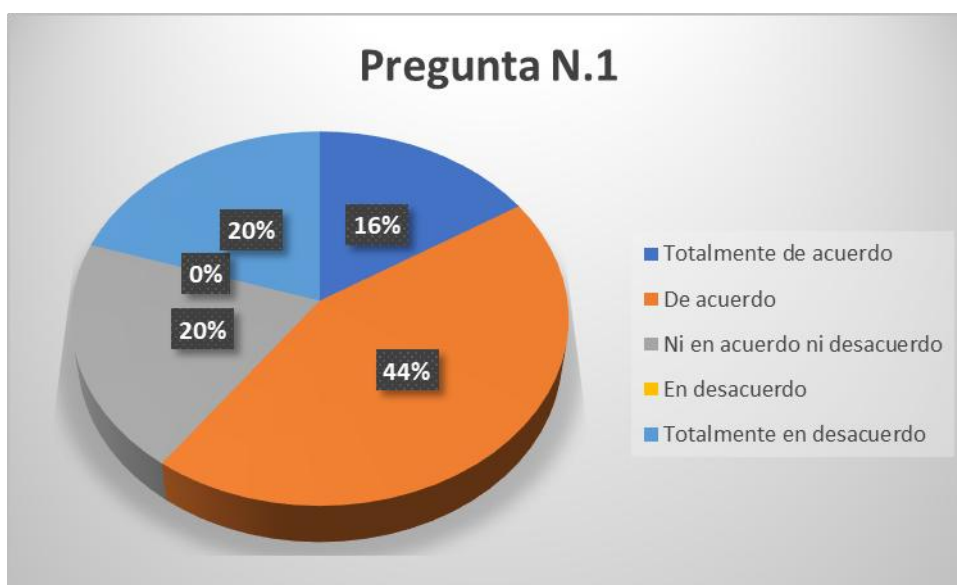
## CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### Resultados de las encuestas

#### Pregunta N.1

1. Uso del móvil para acceder a las noticias

Figura 1. Pregunta N.1



*Nota.* Elaboración del autor

Lo que se observa en los resultados de esta pregunta es una clara tendencia a favor del uso del celular como medio para informarse, ya que un 60% de las personas encuestadas dijeron estar de acuerdo, sumando un 16% que marcó totalmente de acuerdo y un 44% que eligió de acuerdo, lo cual deja ver que el periodismo móvil ha logrado establecerse como una forma importante de acceder a noticias dentro de Imbabura, algo que tiene sentido si se piensa en cómo ha crecido el uso de lo digital y en cómo han cambiado los hábitos de consumo, ya que hoy en día los teléfonos permiten acceder rápido a la información y desde cualquier lugar, algo que los medios tradicionales muchas veces no pueden igualar, y por eso muchas personas optan por esta forma más directa y personalizada de enterarse de lo que pasa.

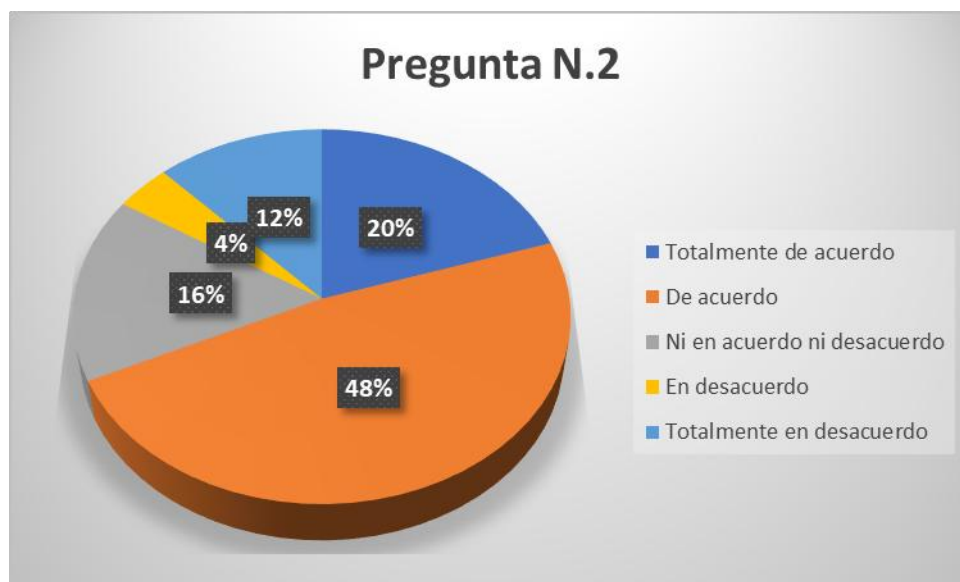
Pero también es importante fijarse en que un 20% se mostró neutral y otro 20% dijo estar totalmente en desacuerdo, lo cual podría estar mostrando que aún hay personas que no se sienten cómodas con la tecnología o que no tienen acceso fácil a ella, o tal vez que prefieren

seguir usando los medios tradicionales, y esto indica que, aunque el periodismo móvil está creciendo y se presenta como una opción útil, todavía no ha reemplazado del todo al periodismo de siempre, lo que deja en evidencia que aún hay tareas pendientes como mejorar el acceso a la tecnología, enseñar a usarla de forma efectiva y ofrecer contenidos en distintos formatos que puedan llegar a todo tipo de públicos.

## Pregunta N.2

2. Influencia de las noticias en redes sociales.

Figura 2. Pregunta N.2



*Nota.* Elaboración del autor

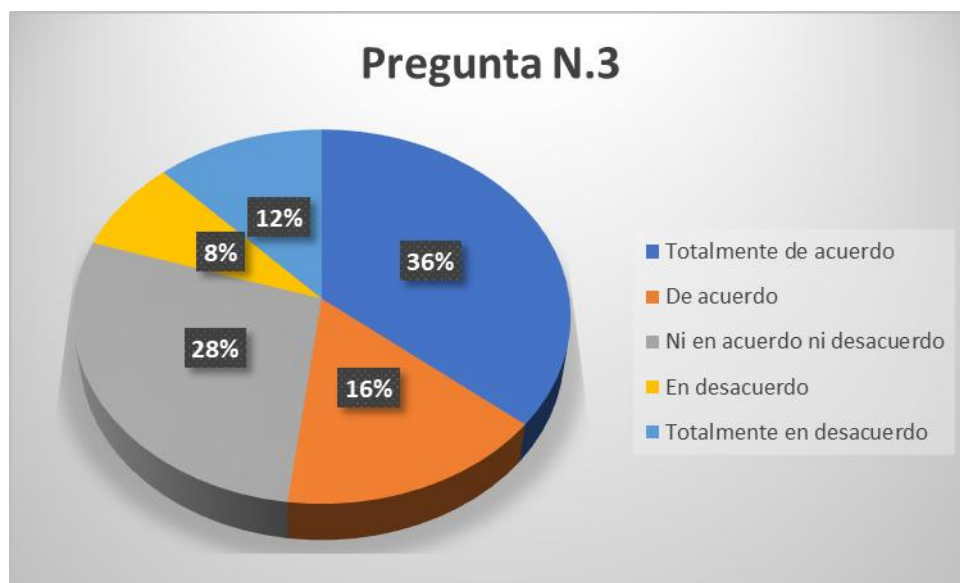
Los datos obtenidos en esta pregunta muestran que una gran parte de los encuestados, en concreto el 68%, (sumado de 48% que esta de acuerdo y un 20% totalmente de acuerdo), cree que las noticias que ve en su celular influyen en cómo entiende los problemas sociales, lo que deja en evidencia que el periodismo móvil tiene un efecto claro en la forma en que se forma la opinión pública en Imbabura, ya que los teléfonos no solo permiten recibir información al instante sino también participar de ella, compartirla y reaccionar, lo cual hace que las personas se involucren más con los temas sociales, políticos o culturales al tener acceso fácil, constante y directo a lo que pasa, generando así una relación más cercana con los hechos que marcan la agenda del día.

Aun así, también hay que considerar que un 16% de las personas respondió de manera neutral y otro 16% dijo estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que muestra que no todos sienten que este tipo de periodismo influya en su forma de ver la realidad, lo que podría estar relacionado con aspectos como la calidad de la información que circula en redes, el nivel de conocimiento que tenga cada persona sobre cómo evaluar las noticias, la confianza que se tenga en los medios digitales o incluso una preferencia por los análisis más completos que suelen ofrecer los medios tradicionales, lo que indica que aunque el periodismo móvil es una herramienta potente, su impacto no es igual para todos.

### Pregunta N.3

3. Confianza de los contenidos informativos.

Figura 3. Pregunta N.3



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados dejan ver un cambio claro en la manera en que la gente de Imbabura prefiere informarse, ya que el 52% de los encuestados dijo confiar más en las noticias que recibe por redes sociales que en las que ofrecen medios como la televisión o la radio (sumado de 16% que dice estar de acuerdo y un 36% que indica estar totalmente de acuerdo), lo cual muestra que el periodismo móvil, al estar ligado a estas plataformas, no solo se ha vuelto un canal común para consumir noticias, sino también una fuente que muchos consideran confiable,

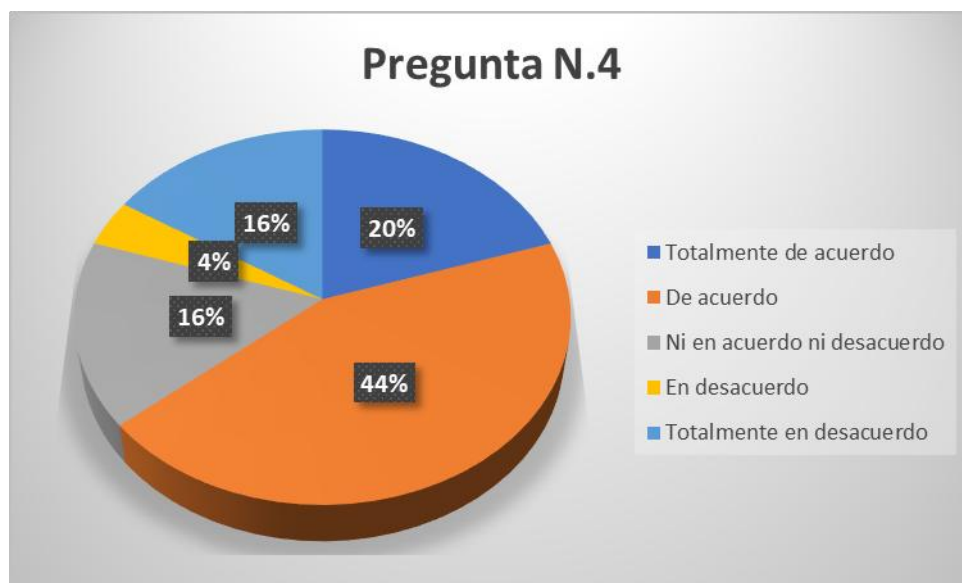
posiblemente porque ofrece información al momento, incluye distintas opiniones y permite interactuar directamente tanto con el contenido como con quienes lo generan.

Sin embargo, también se debe tomar en cuenta que un 28% respondió de forma neutral y un 20% dijo no confiar en esos contenidos, lo que evidencia que hay una diferencia marcada en la forma en que las personas perciben la información, y esto demuestra que todavía existe cierta tensión entre lo rápido que se difunde la información en lo digital y los métodos tradicionales de verificación, lo que significa que, aunque las redes y el periodismo móvil siguen creciendo como espacios informativos, aún hay quienes prefieren los medios clásicos por su seriedad editorial o porque desconfían de las noticias falsas que circulan en internet.

#### Pregunta N.4

4. Periodismo móvil vs periodismo convencional.

Figura 4. Pregunta N.4



*Nota.* Elaboración del autor

Los datos muestran que un 64% de las personas encuestadas cree que el periodismo móvil brinda información más rápida y puntual que los medios tradicionales (sumado de 44% que dice estar de acuerdo y un 20% que indica estar totalmente de acuerdo), lo que confirma que esta forma de comunicar se ha vuelto una herramienta útil en momentos donde la rapidez con que se recibe una noticia influye directamente en cómo se forma la opinión pública, ya que

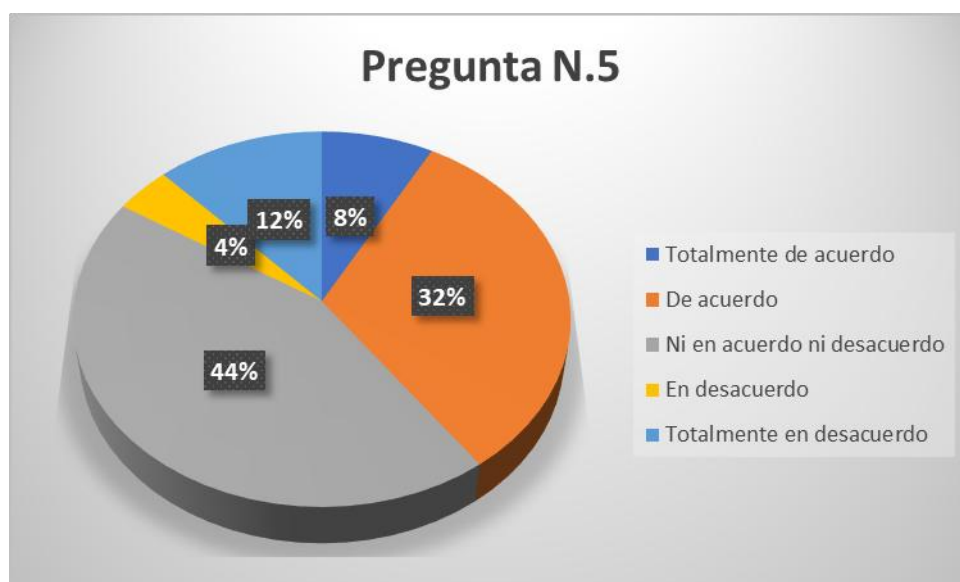
cada vez más usuarios valoran poder enterarse de lo que ocurre casi al instante y sin importar dónde estén, gracias al uso de celulares y plataformas digitales que permiten ese tipo de acceso inmediato.

Aun así, hay que tomar en cuenta que el 32% de las respuestas se divide entre quienes se mantienen neutrales y quienes no están de acuerdo con esa idea, lo que deja ver que no todos confían del todo en esa rapidez, ya que puede generar dudas sobre si la información fue bien verificada o si solo se priorizó la velocidad, además de que muchas veces los contenidos móviles pueden resultar muy básicos o llegar en tal cantidad que se vuelve difícil distinguir qué es realmente importante, por eso, aunque el periodismo móvil sigue creciendo como una opción ágil, todavía tiene que enfrentar el reto de ganarse la confianza como una fuente seria que complemente a los medios tradicionales sin intentar reemplazarlos del todo.

## Pregunta N.5

### 5. Contenido de noticias y su influencia

Figura 5. Pregunta N.5



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados de esta pregunta muestran una inclinación moderada sobre la influencia que puede tener el contenido que se ve en el celular en las ideas políticas y sociales de las personas,

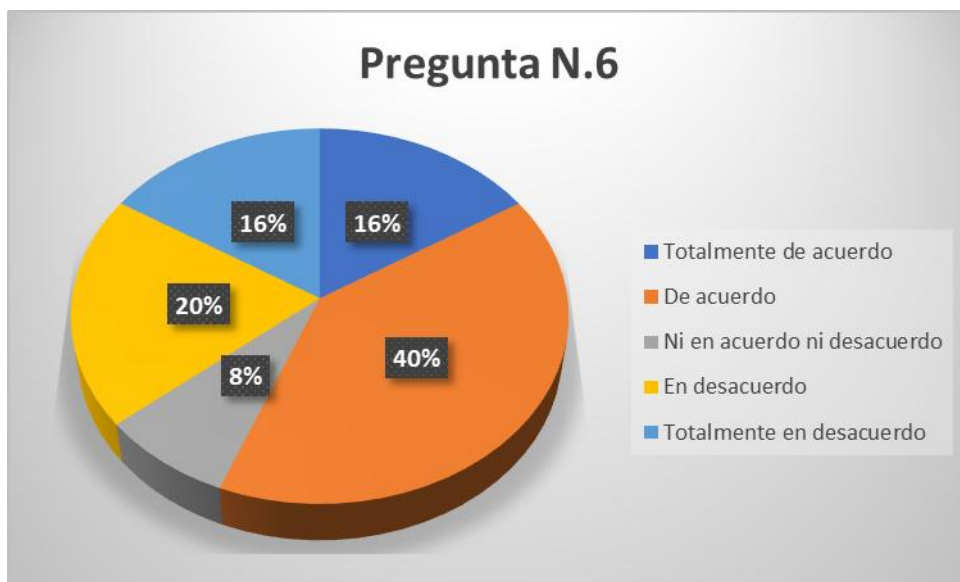
ya que solo el 40% dijo estar de acuerdo en cierto grado( sumado de 32% que dice estar de acuerdo y un 8% que indica estar totalmente de acuerdo, mientras que un 44% prefirió mantenerse neutral, lo que podría significar que existe cierto escepticismo sobre cuánto puede cambiar el pensamiento el periodismo móvil o también que muchas personas no se dan cuenta de cómo ese tipo de contenido va moldeando sus ideas poco a poco, algo que suele pasar cuando la influencia no es directa ni rápida, sino más bien silenciosa y con el tiempo.

Por otro lado, que un 16% haya dicho que no siente ningún cambio en su forma de pensar deja ver que, aunque el periodismo móvil hace que sea más fácil acceder a distintos tipos de información, eso no siempre se traduce en cambios profundos, porque eso también depende de qué tan crítico sea el usuario, cuál es su nivel de educación o qué tipo de contenido suele consumir, y por eso se puede decir que más que cambiar lo que la gente piensa, el periodismo móvil muchas veces termina reforzando las ideas que ya tenían antes.

### Pregunta N.6

#### 6. Seguimiento de noticias y cuentas en redes sociales

Figura 6. Pregunta N.6



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados muestran que el 56% de los encuestados dice que sí sigue cuentas de periodistas o medios digitales independientes desde su celular, ( sumado de 40% que dice estar de acuerdo

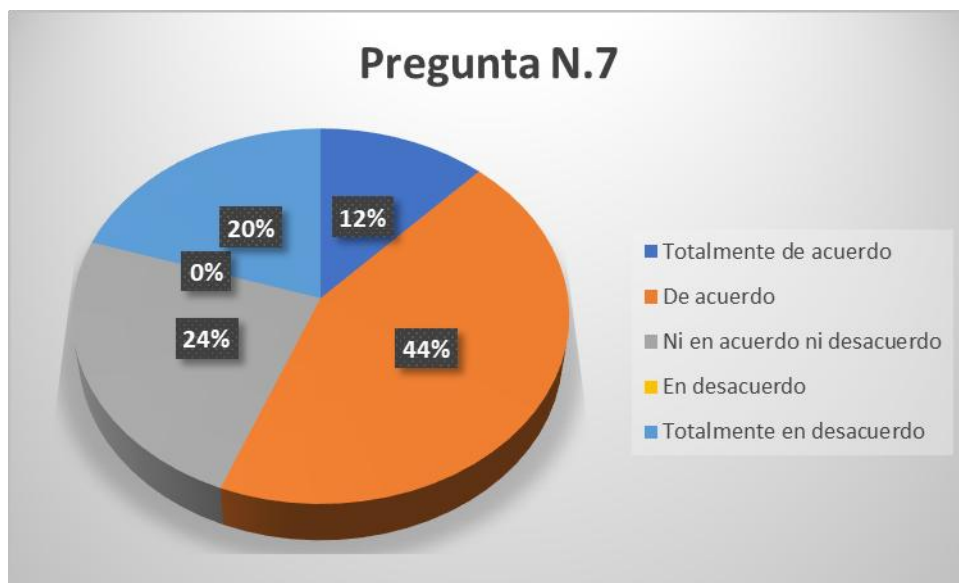
y un 16% que indica estar totalmente de acuerdo) lo que refleja que hay una apertura importante hacia formas de hacer periodismo que no están dentro de los medios tradicionales, y esto deja ver que en Imbabura las personas están empezando a buscar otras fuentes de información, interesándose por contenidos que son más cercanos, más críticos o que tratan temas específicos, lo que también confirma que el periodismo móvil se está posicionando poco a poco como un complemento activo frente a los medios de siempre.

Pero también es importante notar que un 36% señaló que no sigue este tipo de cuentas, lo que demuestra que todavía hay cierto rechazo o quizá falta de conocimiento sobre estos espacios, lo cual puede tener que ver con la desconfianza en lo que se publica, con lo abrumador que puede ser el exceso de contenido digital o con una preferencia por los medios conocidos de toda la vida, y eso quiere decir que, aunque los medios independientes sí tienen un grupo de personas que los sigue desde el entorno móvil, todavía tienen el reto de ganar más espacio, lograr mayor confianza y llegar a públicos que no están acostumbrados a buscar información fuera de lo tradicional.

### Pregunta N.7

7. Punto de vista por influencia de redes sociales

Figura 7. Pregunta N.7



*Nota.* Elaboración del autor

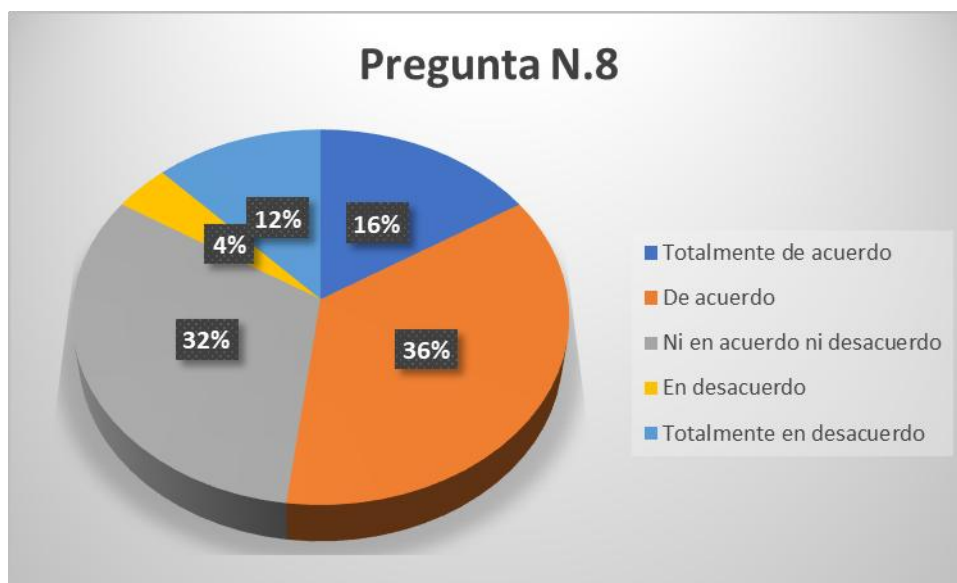
Los resultados muestran que el 56% de los encuestados siente que las noticias que recibe por medios móviles le permiten acceder a distintos puntos de vista, ( sumado de 44% que dice estar de acuerdo y un 12% que indica estar totalmente de acuerdo) lo que indica que el periodismo móvil está jugando un papel importante en ampliar las opciones informativas para la gente en Imbabura, y esta percepción puede estar relacionada con la variedad de fuentes, opiniones y formas de contar que se encuentran en redes sociales, blogs, podcasts o plataformas digitales, donde no solo aparecen contenidos de medios grandes, sino también de voces independientes o comunitarias, lo que permite que los temas de interés se discutan desde diferentes ángulos.

Aun así, hay un 24% que respondió de manera neutral y un 20% que dijo estar totalmente en desacuerdo, lo que marca una diferencia que podría deberse a que, aunque hay mucha información, no siempre se percibe como diversa o útil, ya sea porque hay contenido repetitivo o porque la cantidad abruma y no deja ver con claridad cuáles son las miradas distintas, y esto deja ver que, aunque el periodismo móvil sí ayuda a que más voces lleguen al público, todavía tiene el reto de asegurar que esas voces realmente representen distintas posturas, sean confiables y aporten profundidad, para que esa diversidad sirva de verdad en la formación de una opinión crítica.

### Pregunta N.8

#### 8. Participación en el periodismo móvil

Figura 8. Pregunta N.8



*Nota.* Elaboración del autor

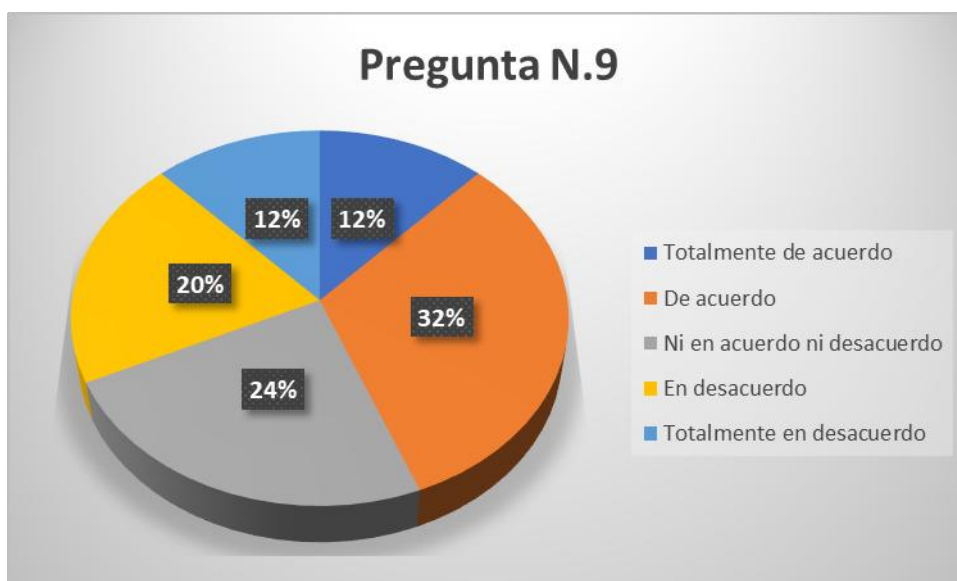
Los resultados muestran que el 52% de los encuestados piensa que el periodismo móvil les da más oportunidades para participar y comentar que los medios tradicionales, ( sumado de 36% que dice estar de acuerdo y un 16% que indica estar totalmente de acuerdo) lo que resalta una de las ventajas más claras del mundo digital, que es la posibilidad de interactuar, ya que las plataformas móviles permiten poner comentarios, reaccionar, compartir contenido o responder encuestas en tiempo real, lo que hace que las personas se sientan más parte del proceso comunicativo y no solo como receptoras pasivas, generando una relación más directa y horizontal en comparación con el modelo cerrado de los medios convencionales.

Sin embargo, también se debe tomar en cuenta que un 32% se mantuvo neutral y un 16% no estuvo de acuerdo, lo que muestra que no todas las personas sienten o utilizan ese espacio participativo, y eso podría deberse a que algunas no tienen suficientes habilidades digitales, otras prefieren no exponerse públicamente, o tal vez no confían en que su participación tenga un efecto real, por lo tanto, aunque el periodismo móvil da herramientas para interactuar, que el público las use de manera plena aún depende de condiciones educativas y estructurales que permitan una participación que sea realmente significativa y que represente a todos.

### Pregunta N.9

#### 9. Impacto emocional de las noticias de redes sociales

**Figura 9. Pregunta N.9**



*Nota.* Elaboración del autor

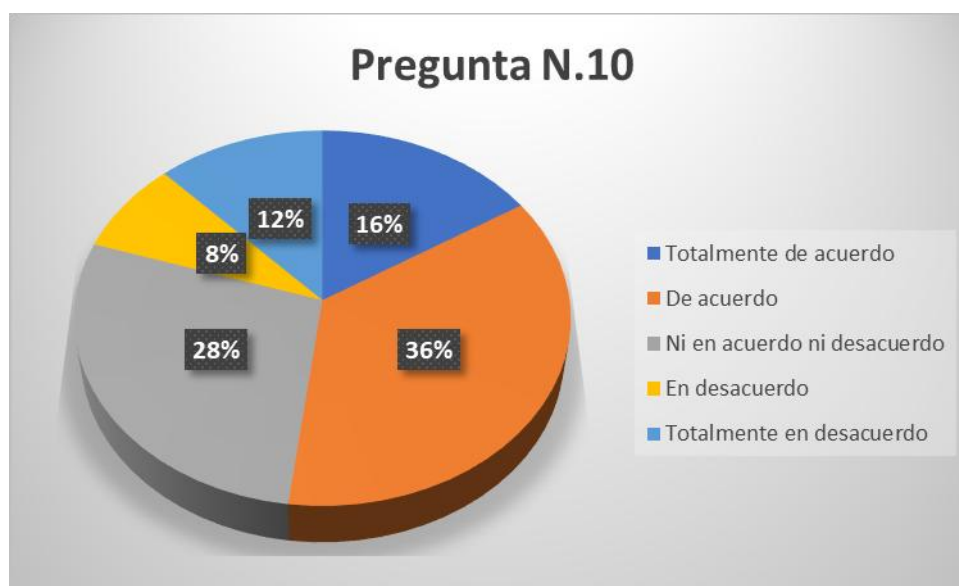
El análisis de esta pregunta muestra que el 44% de los encuestados piensa que las noticias que ve en el celular le generan más impacto emocional que las que vienen de medios tradicionales, (sumado de 32% que dice estar de acuerdo y un 12% que indica estar totalmente de acuerdo) algo que podría estar relacionado con el tipo de contenido que se comparte en plataformas móviles, ya que suele tener imágenes fuertes, lenguaje más directo y llega de forma rápida, lo que hace que las personas se conecten de manera más inmediata y emocional, sobre todo cuando lo reciben por redes sociales o por mensajes en aplicaciones que usan todo el tiempo.

Sin embargo, un 24% respondió de forma neutral y un 32% no estuvo de acuerdo con esta idea, lo que deja claro que no todos sienten ese efecto, y esto podría explicarse por el cansancio emocional que produce ver tantas noticias seguidas, por la desconfianza hacia la información que circula en lo digital o por una preferencia hacia los medios tradicionales, que ofrecen contenidos más desarrollados y mejor narrados, así que, aunque el periodismo móvil puede generar emociones más intensas, ese efecto no es igual para todos y no siempre significa que la persona reflexione más, lo cual hace necesario pensar en cómo se usan los recursos narrativos en estos espacios.

### **Pregunta N.10**

#### 10. Complementación del periodismo móvil

**Figura 10. Pregunta N.10**



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados de esta pregunta muestran que el 52% de los encuestados cree que el periodismo móvil debe complementar al tradicional y no reemplazarlo, lo que refleja una forma de ver los medios donde se valora la rapidez y facilidad que ofrece el celular para informarse, pero también se mantiene la confianza en la profundidad y el orden con el que trabajan los medios de siempre, por lo que se entiende que ambas formas de informar pueden convivir y hacer que las personas tengan una experiencia más completa y un debate público más fuerte.

Por otro lado, un 28% respondió de forma neutral y un 20% no está de acuerdo con esa idea, lo que muestra que hay diferentes opiniones, ya que algunos piensan que el periodismo móvil representa un cambio natural hacia formatos más flexibles e interactivos, mientras que otros temen que ese cambio pueda hacer que se pierdan los principios éticos y profesionales del periodismo clásico, y eso deja ver que no todos ven esta transformación como algo sencillo ni libre de riesgos, por lo que es importante buscar formas de integrar ambos modelos sin perder de vista la verdad, la variedad de voces y el compromiso social que debe tener la información.

### **Resultados de las entrevistas**

La elección de a quién entrevistar no fue algo al azar sino una decisión tomada con cuidado, porque permitió mirar el fenómeno del periodismo móvil en Imbabura desde diferentes ángulos, sin quedarse solo con la voz de los medios, sino escuchando también a quienes desde las comunidades viven y usan la información como una herramienta para hacerse escuchar. Al incluir tanto a periodistas como a representantes de organizaciones sociales se consiguió una visión más completa, que unió la manera en que se crea, se comparte y se recibe la información dentro del mundo digital.

Los periodistas Steven Quisilema, Christian Ullrich, María Celeste Oña y Silvio Morán fueron elegidos porque tienen experiencia tanto en medios tradicionales como en digitales, lo que ayudó a entender de forma más cercana cómo las plataformas móviles han cambiado su forma de trabajar, de comunicarse y de conectar con la gente. Sus testimonios sirvieron para ver las dos caras del periodismo móvil: por un lado su rapidez, su bajo costo y la facilidad con que se llega al público, y por otro los riesgos que trae, como la falta de verificación, la desinformación y la pérdida de profundidad en los contenidos.

También se buscó escuchar a voces de la sociedad civil, como Rodrigo Achig de Comunidad Visible Imbabura, Fernando Cangas de FOCI y Verónica Manrique de Childfund, porque ellos viven la información desde otra perspectiva (social), la usan para participar, denunciar y dar visibilidad a lo que pasa en sus comunidades. Sus aportes ayudaron a entender cómo el periodismo móvil no solo informa, sino que también empodera, abre espacios de expresión y permite que personas y grupos antes invisibles tengan voz, aunque al mismo tiempo deja ver problemas como la difusión de información falsa o la falta de reglas éticas claras.

De esta manera los periodistas entrevistados fueron:

- Steven Quisilema: Videógrafo del medio Primera Zona medio digital.
- Christian Ullrich
- María Celeste Oña: Imbabura en Línea
- Silvio Moran Madera: gerente de radio Ritmo Fm 103.5

### *Entrevistas realizadas a periodistas*

**Tabla 4. Entrevistas a periodistas**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Respuesta breve</b>
¿Cómo describiría la transformación que ha tenido el ejercicio del periodismo local con la aparición de las plataformas móviles?	Steven Quisilema	Cambio profundo, obliga a adaptarse a nuevas rutinas y formas de interacción.
	Christian Ullrich	Relación más directa con la audiencia, pero con riesgos éticos y de desinformación.
	María Celeste Oña	Trabajo más rápido, accesible y cercano a la comunidad.
	Silvio Morán	Transformación importante, lo digital complementa al tradicional.
¿Qué ventajas o limitaciones ha identificado en el uso de dispositivos móviles para producir y difundir contenidos informativos?	Steven Quisilema	Inmediatez como ventaja, aunque con riesgo de poca profundidad.
	Christian Ullrich	Rapidez, pero exponen a desinformación y contenidos peligrosos.
	María Celeste Oña	Accesibles y económicos, limitaciones técnicas y riesgo de publicar sin verificar.

	Silvio Morán	Cobertura rápida, pero en manos inexpertas generan desinformación.
¿Qué tan relevante considera que es el periodismo móvil en la formación de opinión pública en la provincia de Imbabura?	Steven Quisilema	Influye creando relatos inmediatos que moldean criterios sociales.
	Christian Ullrich	Impacto fuerte, pero riesgoso sin verificación.
	María Celeste Oña	Muy relevante en zonas rurales, donde es la principal fuente.
¿Cree usted que los ciudadanos confían más en la información que reciben por medios móviles que en los tradicionales? ¿Por qué?	Silvio Morán	Influye, pero la falta de control amenaza la calidad de la opinión pública.
	Steven Quisilema	Sí, porque llega de inmediato, aunque esa confianza puede ser peligrosa.
	Christian Ullrich	Confianza debilitada por falta de control y noticias falsas.
	María Celeste Oña	Valoran rapidez, pero la credibilidad depende de la verificación y ética.
¿Qué cambios ha observado en el comportamiento informativo del público a raíz del uso de teléfonos inteligentes y redes sociales?	Silvio Morán	Más confianza en medios tradicionales por su rigor y verificación.
	Steven Quisilema	El público se queda con la primera versión sin verificar.
	Christian Ullrich	Consumo rápido y emocional, con poca reflexión.
	María Celeste Oña	El público ahora participa, comenta y crea contenido.
¿Cómo se integran actualmente las estrategias móviles en los medios tradicionales donde usted labora o ha laborado?	Silvio Morán	Prefiere contenidos instantáneos y superficiales.
	Steven Quisilema	Se incorporan celulares, redes y apps en el trabajo diario.
	Christian Ullrich	Pandemia aceleró el uso de plataformas móviles.
	María Celeste Oña	Rutinas incluyen grabar, editar y transmitir desde celulares.
¿Considera que el periodismo móvil ha logrado democratizar la producción de contenidos periodísticos? ¿Qué riesgos ve en ello?	Silvio Morán	En su emisora usan redes como complemento al trabajo radial.
	Steven Quisilema	Sí, cualquiera puede generar contenido, pero sin ética es riesgoso.
	Christian Ullrich	Mayor participación, pero también difusión de noticias falsas.

	María Celeste Oña	Da voz a nuevos actores, requiere formación y responsabilidad.
	Silvio Morán	Pluralismo, aunque también puede usarse para manipular.
¿Qué papel juegan las plataformas móviles en la cobertura de noticias urgentes o emergentes en zonas rurales de Imbabura?	Steven Quisilema	Documentan hechos en tiempo real y dan voz a comunidades excluidas.
	Christian Ullrich	Potencial técnico, pero se necesita preparación ética.
	María Celeste Oña	Clave para llegar a zonas rurales y visibilizar realidades.
	Silvio Morán	Útiles, pero la verificación debe mantenerse.
¿De qué manera los medios tradicionales han debido adaptarse frente al crecimiento del periodismo móvil?	Steven Quisilema	Han cambiado rutinas e incorporado lo digital.
	Christian Ullrich	Digitalización acelerada tras la pandemia.
	María Celeste Oña	Modificaron narrativas priorizando brevedad y visualidad.
	Silvio Morán	Complementan lo digital para no quedar rezagados.
¿Cuál cree usted que debe ser el camino a seguir para lograr una coexistencia efectiva entre el periodismo móvil y el tradicional?	Steven Quisilema	Deben complementarse: lo móvil aporta rapidez y lo tradicional profundidad.
	Christian Ullrich	Es necesario establecer reglas claras y verificación.
	María Celeste Oña	La fusión debe basarse en ética y formación.
	Silvio Morán	Equilibrar rapidez y ética con regulación adecuada.

*Nota.* Elaboración del autor

Los testimonios dejan ver que el periodismo móvil ha cambiado de raíz la forma de hacer periodismo en Imbabura porque ya no se trata solo de la rapidez con la que circulan las noticias sino de cómo se han modificado las rutinas de los comunicadores, la relación con la gente y la manera en que se construye la opinión pública, y aunque todos reconocen que la inmediatez es su mayor fortaleza también advierten que esa misma velocidad se vuelve un riesgo cuando no se acompaña de verificación ni de ética.

En cuanto a ventajas y limitaciones, Oña y Morán resaltan que los dispositivos son portátiles, de bajo costo y permiten un acceso inmediato a la información, lo que acerca el periodismo a

comunidades rurales y lo hace más democrático, pero Ullrich y Quisilema señalan que esa misma facilidad abre espacio a la desinformación y a contenidos sin respaldo que terminan afectando la credibilidad, generando así una tensión constante entre rapidez y calidad.

Respecto al impacto en la opinión pública, todos coinciden en que el periodismo móvil influye de manera directa en cómo las personas entienden la realidad, sobre todo en zonas rurales donde el celular es la principal fuente de noticias, y mientras Oña y Quisilema lo consideran un espacio de empoderamiento y participación, Ullrich y Morán advierten que sin filtros éticos ni verificación suficiente puede fomentar la polarización, la manipulación y un consumo superficial de la información.

Cuando se habla de la confianza del público las posturas se dividen, ya que para Quisilema mucha gente confía más en lo que recibe de inmediato en el celular, mientras que para Oña y Morán la credibilidad real sigue estando en los medios tradicionales porque mantienen procesos de verificación y estándares editoriales, y Ullrich coincide al señalar que la saturación de información no regulada ha debilitado la confianza en los espacios digitales.

Sobre el comportamiento de la audiencia todos reconocen que ya no es pasiva, que ahora participa, comenta y comparte, pero al mismo tiempo consume noticias de manera más emocional y apresurada, lo que deja poco espacio para un análisis profundo.

En relación con la democratización del periodismo hay consenso en que las herramientas móviles han abierto el camino para que más personas produzcan contenidos y se sumen nuevas voces, aunque Ullrich y Morán advierten que esa apertura también puede usarse para manipular, difundir noticias falsas o vulnerar derechos, y por eso insisten en que hace falta regulación y formación continua.

Finalmente, al pensar en el futuro y en la relación con el periodismo tradicional, todos coinciden en que no se trata de reemplazar un modelo con otro sino de hacerlos convivir, ya que Quisilema y Oña destacan la rapidez y cercanía del periodismo móvil, mientras que Ullrich y Morán valoran el análisis y la profundidad del tradicional, aunque advierten que esta convivencia solo será posible si existen reglas claras, un marco legal y un compromiso ético que respalde la calidad de la información.

## *Entrevistas realizadas a representantes de ONG*

Los representantes de las ONG entrevistados fueron:

- Rodrigo Achig, ONG Comunidad Visible Imbabura
- Fernando Cangas: Organizaciones Comunitarias de Imbabura, FOCI
- Verónica Manrique: Representante de Childfund

**Tabla 5. Entrevistas realizadas a representantes de las ONG**

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Respuesta breve</b>
¿Qué rol cumple el periodismo móvil en la forma en que las comunidades se informan actualmente?	Rodrigo Achig	Comunidades generan y difunden sus noticias, visibilizando sectores ignorados.
	Fernando Cangas	Comunicación cercana y auténtica, con lenguaje comunitario que genera confianza.
	Verónica Manrique	Fortalece la conexión entre información y territorio, otorga legitimidad y voz.
¿Ha observado cambios en la participación o el interés ciudadano a raíz del acceso a noticias desde celulares o redes sociales?	Rodrigo Achig	Mayor involucramiento y visibilidad de problemáticas locales.
	Fernando Cangas	Creció el interés, incluso en temas culturales que trascienden fronteras.
	Verónica Manrique	Incremento de participación local e internacional, refuerza pertenencia.
¿Cómo influye el contenido informativo de medios móviles en la organización o movilización comunitaria?	Rodrigo Achig	Clave para denunciar abusos y presionar a autoridades.
	Fernando Cangas	Con legitimidad impulsa reacciones positivas comunitarias.
	Verónica Manrique	Fortalece cohesión social y empatía, aunque lo negativo circula más rápido.
¿El periodismo móvil ha dado mayor voz a sectores marginados?	Rodrigo Achig	Sí, comunidades excluidas expresan vivencias directamente.

---

	Fernando Cangas	Visibiliza a mujeres, niños y adolescentes con comunicación horizontal.
	Verónica Manrique	Abre espacio a sectores invisibilizados para contar historias propias.
¿Existen riesgos o desafíos sociales en el uso extendido de plataformas móviles?	Rodrigo Achig	Desinformación y represalias contra denunciantes sin apoyo.
	Fernando Cangas	Desinformación y estigmatización de comunidades.
	Verónica Manrique	Noticias falsas que dañan la imagen comunitaria.
¿Qué tipo de noticias tienen mayor impacto en la comunidad cuando se difunden por móviles?	Rodrigo Achig	Denuncias sociales y problemas locales.
	Fernando Cangas	Contenidos culturales generan empatía, aunque lo morboso circula más.
	Verónica Manrique	Relatos positivos generan inclusión, lo negativo atrae más atención.
¿Ha trabajado su organización con periodistas móviles o medios digitales?	Rodrigo Achig	Sí, con radios comunitarias y portales digitales.
	Fernando Cangas	Más con medios tradicionales, aunque hubo reporteros comunitarios en pandemia.
	Verónica Manrique	No sistemático, pero en pandemia impulsaron reporteros comunitarios adolescentes.
¿Qué percepción tienen los ciudadanos sobre la veracidad de noticias móviles?	Rodrigo Achig	Valoran rapidez, pero preocupa la falta de verificación.
	Fernando Cangas	Confianza depende de la fuente y el respeto a la comunidad.
	Verónica Manrique	Legitimidad y políticas de protección generan confianza.
¿Cómo fortalecer el vínculo entre periodismo móvil y procesos comunitarios en Imbabura?	Rodrigo Achig	Con formación, redes de apoyo y ética clara.
	Fernando Cangas	El periodista debe adaptarse a la comunidad con lenguaje adecuado.
	Verónica Manrique	Con políticas éticas, protección de derechos y trabajo cercano.

---

¿Qué recomendaciones haría para un mayor impacto positivo del periodismo móvil?	Rodrigo Achig	Usar el celular con responsabilidad y ética.
	Fernando Cangas	Fomentar confianza, legitimidad y respeto cultural.
	Verónica Manrique	Capacitar, consentimiento informado y reforzar ética informativa.

*Nota.* Elaboración del autor

Las entrevistas dejan ver que el periodismo móvil es entendido como una herramienta central para fortalecer la comunicación comunitaria y abrir el acceso a la información en Imbabura, porque no solo ha cambiado la manera en que circulan las noticias, sino también el lugar desde donde se producen y quiénes pueden alzar la voz en el espacio público.

Rodrigo Achig destaca el valor simbólico de este periodismo porque rompe con la centralización de los grandes medios y da visibilidad a comunidades que siempre fueron marginadas, señalando que un celular convierte a cualquier ciudadano en narrador de su realidad y que eso abre caminos de denuncia y participación, aunque advierte que sin ética ni formación puede derivar en desinformación o en riesgos para quienes se atreven a exponer problemas delicados.

Fernando Cangas resalta que la confianza surge cuando la información nace de la propia comunidad, ya que se transmite en un lenguaje sencillo, cercano y legítimo, y reconoce que este modelo ha despertado mayor interés en temas sociales y culturales, incluso más allá de las fronteras, aunque también señala que los mismos canales que sirven para participar pueden difundir noticias falsas o contenidos morbosos que dañan la imagen colectiva, por lo que insiste en que el periodista debe adaptarse a la comunidad y no al contrario, cuidando siempre el respeto cultural y la legitimidad de las fuentes.

Verónica Manrique coincide en que este periodismo legitima voces locales que antes no tenían espacio, sobre todo de mujeres, niños y adolescentes, y valora que los relatos positivos refuercen la cohesión social aunque reconoce que los mensajes negativos suelen difundirse más rápido, y al igual que Cangas subraya la importancia de proteger derechos y cumplir la Ley de Protección de Datos como base de la confianza.

Los tres entrevistados coinciden en que el periodismo móvil fomenta la participación ciudadana y genera canales de comunicación horizontal, pero aclaran que su eficacia depende de

condiciones claras: la formación ética y técnica de quienes producen contenidos, redes de apoyo legal e institucional que respalden a los comunicadores y mecanismos de verificación que frenen la propagación de noticias falsas para cuidar la credibilidad.

En cuanto a los riesgos sociales, todos señalan la desinformación como el mayor desafío, y además Achig apunta a la vulnerabilidad de quienes denuncian abusos, Cangas advierte sobre la estigmatización de comunidades, y Manrique enfatiza el daño reputacional que puede sufrir una localidad cuando circulan noticias falsas.

En las recomendaciones finales, Achig propone un uso responsable del celular guiado por la ética, Cangas insiste en el respeto cultural y la legitimidad de las fuentes, y Manrique plantea la capacitación, el consentimiento informado y la ética informativa como bases imprescindibles para sostener este modelo.

## **Discusión**

La discusión de los resultados se construye desde los hallazgos expuestos en el capítulo tres y se orienta a responder de forma directa las preguntas de investigación, examinando cómo el periodismo móvil influye en la construcción de la opinión pública en la provincia de Imbabura y cómo se articula, en la práctica, con el periodismo tradicional, para ello se ponen en relación los datos obtenidos en encuestas y entrevistas con los aportes del marco teórico, de modo que las prácticas comunicativas que están emergiendo se interpreten desde su contexto. De este modo se responde a las preguntas de investigación planteadas:

### **¿Qué oportunidades y obstáculos enfrenta el periodismo móvil en la provincia de Imbabura y cómo influyen estos factores en la construcción de una comunicación efectiva?**

Los resultados muestran que el periodismo móvil se mueve entre ventajas evidentes y límites que siguen presentes, por un lado las encuestas reflejan que una parte importante de la población se informa sobre todo por medio del teléfono móvil, lo que confirma un cambio sostenido en los hábitos informativos y abre espacio para una comunicación más inmediata, cercana y conectada con lo local, esto se alinea con lo señalado por Altamirano et al. (2022), quienes ubican al dispositivo móvil como pieza clave en la circulación cotidiana de contenidos, pero al mismo tiempo tanto los datos cuantitativos como los testimonios recogidos indican obstáculos claros, entre ellos problemas de conectividad, desigualdad en el acceso a internet y

una formación técnica desigual entre quienes producen contenido, estas limitaciones se traducen en dificultades concretas para sostener calidad, continuidad y alcance, y terminan abriendo brechas que afectan la construcción de mensajes claros y confiables para la ciudadanía

### **¿Cómo impacta el contenido generado por el periodismo móvil en la opinión pública y en las actitudes de los ciudadanos de Imbabura en comparación con el periodismo tradicional?**

Los hallazgos permiten sostener que el periodismo móvil influye de manera importante en la opinión pública local, aunque no lo hace de forma uniforme, lo que aparece es una valoración ambivalente, muchas personas destacan la rapidez, la facilidad de acceso y la posibilidad de recibir información en tiempo real desde el lugar de los hechos, lo que aumenta la sensación de cercanía con lo que ocurre en la provincia, sin embargo esa valoración convive con una desconfianza que no desaparece respecto de la veracidad de lo que circula en redes sociales, sobre todo cuando no se perciben procesos claros de verificación, esto también se refuerza en las entrevistas, donde se advierte que la presión por publicar rápido puede debilitar rutinas de contraste de fuentes, en comparación el periodismo tradicional sigue asociado a mayor credibilidad y rigurosidad, pero ya no ocupa un lugar único en la formación de opinión, en este punto los resultados se conectan con la idea de infoxicación de Contreras (2021), en tanto la abundancia de información no verificada dificulta que la audiencia construya criterios críticos más firmes

### **¿Qué estrategias pueden implementarse para optimizar el periodismo móvil en Imbabura, tomando en cuenta sus características locales y contextos socioculturales, a fin de fortalecer la participación ciudadana crítica y activa?**

A partir de los resultados se vuelve visible la necesidad de estrategias que fortalezcan capacidades técnicas y también el compromiso ético de quienes hacen periodismo móvil, las entrevistas resaltan la importancia de capacitación continua en verificación, manejo responsable de plataformas digitales y lectura del contexto sociocultural local, además se observa que una relación más articulada entre periodismo móvil y medios tradicionales permitiría aprovechar fortalezas de ambos, en línea con la convergencia mediática propuesta por Lemus (2018), así el periodismo móvil aparece como una vía útil para visibilizar problemas locales y ampliar voces en el espacio público, siempre que se sostenga en prácticas responsables que favorezcan una participación ciudadana informada, crítica y activa

En conjunto, la discusión muestra que el periodismo móvil en Imbabura funciona a la vez como alternativa y como refuerzo del periodismo tradicional en la construcción de la opinión pública, su potencial para ampliar el acceso a la información y fortalecer la participación se percibe con claridad, pero su consolidación depende de superar barreras relacionadas con calidad informativa, formación profesional y confianza de las audiencias, por eso el desafío principal no está solo en usar nuevas tecnologías, sino en cómo se integran a prácticas periodísticas responsables y situadas en la realidad de la provincia

## CAPÍTULO IV: PROPUESTA

### **4.1 Nombre de la propuesta:**

Desarrollo de estrategias de optimización del periodismo móvil en la provincia de Imbabura para fortalecer la opinión pública y la participación ciudadana

### **4.2 Descripción de la propuesta:**

Esta propuesta de intervención nace como una respuesta concreta a lo que se descubrió durante el proceso de investigación sobre cómo está influyendo el periodismo móvil en la provincia de Imbabura, poniendo especial atención en el modo en que afecta la opinión pública y cómo se relaciona con el periodismo más tradicional, ya que a lo largo de los capítulos anteriores se fue mostrando que el uso de celulares y otros dispositivos para crear y compartir noticias se ha vuelto algo cada vez más común entre quienes ejercen la comunicación local, así como entre colectivos digitales y personas activas en sus comunidades, sobre todo en zonas donde llegar a los medios convencionales es más difícil, lo que abre nuevas posibilidades para democratizar la comunicación, aunque también deja ver problemas estructurales que es necesario atender sin demora.

En las entrevistas y encuestas realizadas se pudo ver con claridad que existen varias limitaciones que frenan el verdadero potencial del periodismo móvil como motor de cambio en la región, y entre los temas que más llaman la atención está el hecho de que muchas personas que generan contenido no cuentan con una preparación técnica adecuada ni con una base ética clara al momento de producir y difundir lo que comunican, lo que termina afectando la calidad del mensaje y la confianza de quienes lo reciben, y además, se repite constantemente que la urgencia por compartir de forma rápida muchas veces hace que se pierda el cuidado necesario para contrastar la información o para pensar de manera crítica, lo que lleva a que las personas consuman contenidos sin profundidad ni análisis.

También se hizo evidente que en el entorno comunicacional de Imbabura no hay una relación sólida entre quienes trabajan desde los medios tradicionales y aquellos que se han sumado a las nuevas dinámicas digitales, lo que genera una especie de desconexión que impide que exista un trabajo en conjunto, con colaboración y aprendizajes compartidos que sirvan para mejorar la forma en que se informa en el territorio, y por otro lado, la baja participación de la ciudadanía en la creación de contenidos que tengan un enfoque social deja ver que aún hacen falta espacios

o mecanismos que acerquen a quienes hacen periodismo móvil con las organizaciones sociales y con una audiencia que no solo vea sino que también se involucre.

Frente a este escenario, lo que se busca con la propuesta es aprovechar al máximo el periodismo móvil como una herramienta útil para formar ciudadanos que estén bien informados, que piensen críticamente y que participen activamente, y para eso se han pensado estrategias que respondan directamente a los problemas detectados en el estudio, con acciones que se plantean paso a paso, buscando que las personas desarrollen capacidades, que se conecten mejor los distintos actores que forman parte de la comunicación local y que se impulsen prácticas responsables, inclusivas y ajustadas a la realidad cultural y social de la provincia.

De este modo se han desarrollado 3 estrategias principales:

**Estrategia 1:** Capacitación y profesionalización de comunicadores móviles.

**Estrategia 2:** Fortalecimiento de la producción ética y responsable.

**Estrategia 3:** Vinculación entre medios móviles, ciudadanía y periodismo tradicional.

#### ***4.2.1 Estrategia 1: Capacitación técnica y ética de periodistas móviles***

##### **Descripción:**

Esta estrategia tiene como meta principal ayudar a que el contenido generado a través del periodismo móvil en la provincia de Imbabura sea más claro, confiable y hecho con responsabilidad, y para eso se propone poner en marcha un programa de formación completo que esté pensado especialmente para periodistas que están comenzando, comunicadores populares, jóvenes que crean contenido y personas de la comunidad que hacen reportajes de manera ciudadana, porque aunque hoy en día es muy fácil grabar y compartir algo desde un celular gracias a los avances tecnológicos y al acceso que hay a los teléfonos inteligentes, eso no significa que todos quienes suben noticias o comentarios tengan los conocimientos necesarios ni el criterio ético que se necesita para hacerlo con seriedad y compromiso.

En el diagnóstico que se hizo dentro de esta investigación se vio con claridad que una de las principales barreras que enfrenta el periodismo móvil en esta zona es la falta de espacios donde se pueda aprender de forma adecuada, y eso se nota tanto en los problemas técnicos de muchos contenidos, como cuando los videos tienen mal encuadre, el sonido es deficiente o la edición se hace sin ningún tipo de planificación, como en los problemas que afectan directamente el

fondo del mensaje, ya que muchas veces se comparten noticias sin comprobar si son verdaderas, se usan palabras o imágenes de forma poco cuidadosa o se cae en opiniones con carga ideológica que no se explican ni se reconocen, todo lo cual va dejando a un lado la reflexión ética y puede hacer que se dañe el derecho de las personas a recibir información veraz, además de generar confusión, divisiones o incluso violencia simbólica.

Pensando en todo esto, la estrategia que aquí se plantea tiene como objetivo principal reforzar tanto la parte técnica como la ética de quienes hoy están generando contenidos desde el periodismo móvil, y lo quiere hacer por medio de procesos de formación continuos, con métodos participativos y materiales que sean fáciles de usar, buscando que poco a poco se fortalezca una comunicación comunitaria y digital que sea más profesional, que responda a las realidades locales y que sirva realmente a la comunidad.

### Actividades propuestas:

**Tabla 6. Tabla de actividades**

<b>Actividad principal</b>	<b>Contenidos específicos</b>	<b>Finalidad</b>
<b>Talleres presenciales y virtuales sobre herramientas técnicas del periodismo móvil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grabación y fotografía con celular</li> <li>• Edición de video y audio desde aplicaciones móviles</li> <li>• Narrativas audiovisuales para redes sociales (reels, lives, cápsulas)</li> <li>• Uso de plataformas de difusión: TikTok, Instagram</li> </ul>	Fortalecer habilidades técnicas de producción audiovisual ágil, atractiva y funcional para entornos digitales.
<b>Capacitaciones en ética periodística y verificación de datos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos del periodismo responsable</li> <li>• Derechos de las audiencias y tratamiento respetuoso de víctimas</li> <li>• Técnicas de fact-checking y análisis de fuentes</li> <li>• Protocolos para coberturas sensibles (protestas, niñez, violencia, delitos)</li> </ul>	Promover una práctica comunicacional ética, responsable y basada en información verificada, reduciendo riesgos de desinformación.
<b>Creación y difusión de una “Guía práctica del periodista móvil imbabureño”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas prácticas técnicas y éticas</li> <li>• Ejemplos ilustrativos de producciones exitosas</li> <li>• Referencias legales sobre libertad de expresión y responsabilidad</li> <li>• Recomendaciones para coberturas en contextos interculturales y rurales</li> </ul>	Proporcionar un recurso pedagógico y accesible que sirva como referencia para el ejercicio informado y profesional del periodismo móvil.

<b>Generación de una red local de comunicadores móviles certificados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompañamiento entre pares</li> <li>• Retroalimentación horizontal</li> <li>• Promoción de estándares compartidos de calidad</li> </ul>	<p>Crear una comunidad de práctica que facilite la mejora continua, el intercambio de experiencias y la sostenibilidad del modelo.</p>
--	--	--

**Nota.** Elaboración del autor

### **Responsables:**

- Universidad Técnica del Norte (UTN) a través de sus facultades de Comunicación Social y Educación.
- Organizaciones de la sociedad civil con experiencia en comunicación comunitaria y derechos digitales
- Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) interesados en fortalecer la participación ciudadana.
- Medios digitales locales y comunitarios

### **Indicadores de impacto esperados:**

- **Número de talleres y capacitaciones realizados:** diferenciados por formato (virtual/presencial) y por temáticas abordadas.
- **Cantidad de participantes formados:** con enfoque de género, etario y territorial.
- **Evaluación comparativa de contenidos producidos antes y después de la formación:** mediante rúbricas de análisis de calidad técnica, narrativa y ética.
- **Nivel de satisfacción y retroalimentación de los participantes:** recogido a través de encuestas de percepción post-capacitación.
- **Distribución y alcance de la guía práctica:** medido por descargas, impresiones físicas y uso en procesos educativos.

- **Número de alianzas institucionales formadas:** para sostener la formación a mediano plazo.

#### ***4.2.2 Estrategia 2: Fortalecimiento de la producción ética y responsable.***

##### **Descripción:**

Esta estrategia busca fortalecer una cultura informativa basada en la calidad dentro del periodismo móvil en Imbabura, centrándose en que los contenidos que se produzcan tengan un verdadero valor social, cuenten con un relato bien trabajado y estén guiados por principios éticos claros, ya que aunque esta forma de hacer comunicación ha permitido que muchas más personas se sumen a la creación y difusión de noticias desde sus celulares, lo que arrojó esta investigación es que buena parte de esos contenidos aún tienen muchas falencias, sobre todo cuando se trata de comprobar la información, darle un tratamiento adecuado o incorporar una mirada profunda que conecte con la realidad del territorio.

De lo dicho por las personas entrevistadas se puede notar que quienes hacen periodismo desde el celular muchas veces lo hacen de forma espontánea, sin una preparación previa, sin revisar ni cruzar las fuentes y sin tener claridad sobre los principios básicos del trabajo periodístico, y si se revisan varios contenidos que circulan en redes sociales se encuentra que muchos de ellos buscan solo llamar la atención de forma inmediata, apostando por lo que genera impacto o sensacionalismo, y en varios casos repiten ideas discriminatorias o sin sustento, sobre todo cuando se trata de hablar de violencia, de género, de política o de temas vinculados a pueblos indígenas, lo que termina afectando no solo la confianza que la gente tiene en este tipo de periodismo, sino también los derechos de quienes consumen esa información, especialmente cuando se tocan asuntos delicados sin los cuidados mínimos.

Ante este panorama, se vuelve urgente que quienes practican el periodismo móvil puedan mejorar sus capacidades narrativas, su manejo de los temas sociales y su compromiso con el entorno, para que no se limiten a hacer videos llamativos, sino que puedan contar historias que de verdad aporten a las comunidades, que visibilicen conflictos o necesidades reales con una mirada crítica y responsable, y que ayuden a que la opinión pública sea más pensante, más diversa y mejor informada, y para avanzar en ese camino, esta estrategia plantea desarrollar actividades donde se trabaje de forma conjunta, se incluya la formación desde una perspectiva

de derechos y se fomente la circulación organizada de contenidos de buena calidad, construidos desde el territorio y con participación directa de quienes viven ahí.

### Actividades propuestas:

Tabla 7. Tabla de actividades

Actividad principal	Contenidos específicos	Finalidad
<b>Laboratorios de producción colectiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico comunitario de temas prioritarios</li> <li>• Planificación editorial con enfoque territorial</li> <li>• Producción colaborativa de cápsulas, reportajes y microdocumentales</li> </ul>	Desarrollar habilidades prácticas en la producción informativa colaborativa con enfoque local y comunitario, fomentando contenidos de calidad y pertinencia territorial.
<b>Concursos de contenidos móviles con impacto social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rigor informativo y verificación de datos</li> <li>• Relevancia social y enfoque de derechos</li> <li>• Valor creativo, narrativo y estético</li> </ul>	Incentivar la creación de productos periodísticos móviles éticos, creativos y socialmente comprometidos, mediante reconocimiento público y estímulo a la innovación.
<b>Creación de una plataforma digital para difusión curada de contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación de contenidos por temática y cantón</li> <li>• Visibilización de producciones móviles con valor comunitario</li> <li>• Acceso ciudadano a información confiable y organizada</li> </ul>	Consolidar un espacio digital accesible y de confianza para la circulación de contenidos móviles imbabureños, promoviendo la transparencia y el acceso a información local.
<b>Formación en narrativas periodísticas con enfoque de derechos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodismo de soluciones</li> <li>• Narrativas transmedia</li> <li>• Perspectiva de género e interculturalidad</li> <li>• Tratamiento respetuoso de temas sensibles</li> </ul>	Mejorar las capacidades narrativas de los comunicadores móviles con herramientas que integren enfoques de derechos, diversidad cultural y responsabilidad informativa.

Nota. Elaboración del autor

### Responsables institucionales sugeridos:

- Facultades de Comunicación de la UTN, encargadas de diseñar y certificar los programas formativos.
- Colectivos de comunicación comunitaria y popular
- Organizaciones sociales y ONGs defensoras de derechos humanos.

- GAD municipales y provinciales, interesados en fortalecer el acceso a información confiable y promover la participación ciudadana.

**Indicadores de impacto esperados:**

- Número de laboratorios y productos generados (por tipo y temática).
- Diversidad y cobertura geográfica de los temas abordados por comunicadores móviles.
- Cantidad de visitas, interacciones y comentarios en la plataforma digital.
- Participación ciudadana en concursos y en la evaluación de contenidos.
- Cambios percibidos en la calidad del contenido móvil local (evaluados por jurados y usuarios).
- Niveles de articulación interinstitucional alcanzados para sostener el modelo de producción ética en el tiempo.

**4.2.3 Estrategia 3: Vinculación entre medios móviles, ciudadanía y periodismo tradicional.**

**Descripción:**

El objetivo de esta estrategia es reforzar las conexiones entre los diferentes actores que forman parte del ecosistema informativo en la provincia de Imbabura, poniendo el foco en crear vínculos sólidos entre quienes hacen periodismo móvil de forma reciente, los medios tradicionales que ya tienen una trayectoria consolidada y las comunidades locales que muchas veces solo aparecen como público, ya que uno de los principales hallazgos que arrojó esta investigación es que en la provincia existe una clara fragmentación del sistema de comunicación, donde por un lado los medios convencionales siguen funcionando con estructuras centralizadas y formas fijas de producir contenido, mientras que los medios móviles y reporteros ciudadanos trabajan de manera más libre, descentralizada y en muchos casos sin conexión entre sí, lo que termina limitando cualquier intento de trabajo conjunto, de colaboración o de aprendizaje compartido.

Aunque tanto los medios tradicionales como los nuevos actores digitales tienen el mismo fin de informar a la gente, lo cierto es que sus formas de hacer las cosas, el tipo de lenguaje que usan, el público al que llegan y las plataformas que manejan no están alineadas entre sí, y eso

hace que el contenido generado por el periodismo móvil no logre insertarse en los canales más formales de difusión, al mismo tiempo que los medios tradicionales no terminan de aprovechar el potencial de cercanía, rapidez y pluralidad que puede ofrecer el trabajo de quienes informan desde los territorios, y además, se detectó que las comunidades (sobre todo en las zonas rurales o indígenas) siguen siendo tratadas como receptoras pasivas, sin espacios reales donde puedan aportar en la creación del contenido informativo.

Frente a esta realidad, la estrategia propone impulsar acciones que construyan puentes estables de diálogo y cooperación entre estos tres actores clave: quienes hacen periodismo móvil, los medios tradicionales y las organizaciones ciudadanas, porque al lograr que se conecten de forma más directa no solo se puede mejorar la calidad de lo que se informa a nivel local, sino que también se puede recuperar la confianza de la gente en los medios, se puede fortalecer el papel de la ciudadanía en el seguimiento de lo público y se puede consolidar la función del periodismo como una herramienta activa para el cambio democrático.

### Actividades propuestas

**Tabla 8. Tabla de actividades**

<b>Actividad principal</b>	<b>Contenidos específicos</b>	<b>Finalidad</b>
Mesas de diálogo intermedial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de intereses comunes y barreras de colaboración</li> <li>• Diseño de mecanismos conjuntos de producción y verificación</li> <li>• Elaboración de una agenda comunicacional compartida sobre temas públicos</li> </ul>	Fomentar la cooperación y el intercambio entre medios tradicionales, comunicadores móviles y colectivos ciudadanos para fortalecer la cohesión del ecosistema informativo local.
Convenios de cooperación entre medios y periodistas móviles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusión de secciones móviles en medios tradicionales</li> <li>• Capacitación en estándares de publicación profesional</li> <li>• Validación y difusión de contenidos comunitarios</li> </ul>	Establecer alianzas estratégicas que integren y legitimen el trabajo de los periodistas móviles dentro de plataformas de mayor alcance y visibilidad.
Escuelas comunitarias de comunicación popular	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción básica de noticias desde el celular</li> <li>• Derecho a la comunicación y libertad de expresión</li> <li>• Participación ciudadana a través de medios digitales</li> </ul>	Empoderar a líderes comunitarios y barriales en el uso crítico y creativo de herramientas móviles para la producción informativa local con enfoque de derechos.
Campañas de sensibilización ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento del pensamiento crítico y la alfabetización mediática</li> </ul>	Incrementar la conciencia social sobre la importancia del periodismo móvil,

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso responsable de redes sociales y plataformas digitales</li> <li>• Enfoque especial en juventudes y sectores vulnerables</li> </ul>	<p>promoviendo prácticas informativas responsables entre la población en general.</p>
--	---

**Nota.** Elaboración del autor

### **Responsables institucionales sugeridos:**

- Medios tradicionales de la provincia
- Colectivos de periodismo móvil y medios comunitarios independientes.
- GAD provinciales y cantonales, a través de sus unidades de comunicación y participación.
- Organizaciones sociales, redes de barrios, movimientos juveniles, mujeres, pueblos indígenas.
- Universidades y centros de formación en comunicación social.

### **Indicadores de impacto esperados:**

- Número de mesas de diálogo y encuentros intermediales realizados.
- Número de alianzas o convenios formalizados entre medios.
- Inclusión regular de contenidos móviles en medios tradicionales.
- Número de escuelas comunitarias de comunicación ejecutadas y líderes capacitados.
- Nivel de participación ciudadana en campañas y actividades formativas.
- Percepción de mejora en la relación medios-ciudadanía (evaluado mediante encuestas).
- Aumento en la diversidad temática y territorial de la información publicada en medios locales.

### **4.3 Resultados esperados**

Poner en marcha esta primera estrategia representa un paso clave para lograr que quienes forman parte del nuevo ecosistema informativo en Imbabura puedan actuar con mayor profesionalismo, aprovechando de forma consciente, bien preparada y con compromiso ético las herramientas móviles que hoy permiten comunicar, y se espera que como resultado directo de esta acción haya un aumento notable de jóvenes que se dedican a comunicar, reporteros ciudadanos y creadores digitales que ya no solo se limiten a grabar o editar con el celular, sino que además cuenten con conocimientos técnicos en producción audiovisual, edición desde dispositivos móviles y creación de contenidos digitales, sumado a una formación sólida en temas de ética periodística, verificación de datos y responsabilidad frente a lo que se publica; también está previsto que se elabore y se distribuya una guía práctica pensada para el contexto específico de la provincia, que ayude a establecer criterios comunes sobre lo que significa hacer buen periodismo móvil, de modo que quienes participen en esta práctica puedan empezar a autorregularse con mayor seriedad y con una mirada profesional compartida; en el largo plazo, este tipo de formación no solo mejorará la calidad general de lo que se informa en Imbabura, sino que ayudará a reducir la circulación de noticias poco confiables o vacías de contenido, y con ello se fortalecerá el derecho de la ciudadanía a estar mejor informada.

Con la implementación de la segunda estrategia se espera que los contenidos producidos desde el periodismo móvil en Imbabura mejoren significativamente tanto en su presentación como en el mensaje que transmiten, y esto será posible gracias a los espacios de trabajo colectivo como los laboratorios de producción, donde se desarrollarán piezas que vayan más allá de la noticia rápida, con más contexto, con mirada social y con un verdadero vínculo con lo que viven las comunidades en sus territorios, además, los concursos y las dinámicas de difusión ayudarán a que se valore el esfuerzo de quienes hacen un periodismo más creativo y riguroso, y al mismo tiempo servirán para dar visibilidad y reconocimiento público a las voces nuevas que están surgiendo en la provincia; por otra parte, la puesta en marcha de una plataforma digital organizada y curada permitirá que toda esta producción se reúna en un solo lugar, facilitando que la ciudadanía acceda a información relevante, confiable y pensada desde su propio entorno, y finalmente, la formación en narrativas con enfoque de derechos asegurará que los comunicadores móviles puedan abordar sus contenidos desde una mirada crítica, inclusiva y con respeto, siguiendo los principios de un periodismo comprometido con lo social.

La tercera estrategia, por su parte, ha sido pensada para lograr un cambio de fondo en cómo se relacionan los actores que hacen parte del mundo de la comunicación en la provincia, buscando que haya más diálogo, más colaboración y que se puedan crear cosas en conjunto entre quienes hacen periodismo móvil, los medios tradicionales y las organizaciones comunitarias, ya que uno de los grandes retos que dejó ver esta investigación es que, aunque todos están informando, lo hacen por caminos separados y sin una visión común; a través de las mesas intermediales se espera que puedan encontrarse puntos de interés compartido, construir agendas informativas más coordinadas y mejorar así la calidad del discurso público local, y los acuerdos de colaboración que se impulsen permitirán que los contenidos que nacen desde las comunidades puedan llegar más lejos, ganando legitimidad y proyección al circular en medios más grandes; las escuelas comunitarias de comunicación serán clave para que sectores que históricamente han sido silenciados puedan también empezar a informar, a narrar su realidad y a entender mejor cómo funciona el proceso comunicacional, fortaleciendo así su derecho a la comunicación y su capacidad para leer críticamente los medios, y finalmente, con las campañas de sensibilización se espera que las audiencias comprendan que también tienen un papel activo, que no solo reciben información, sino que participan en cómo se construye, consolidando así un entorno informativo más justo, diverso y compartido entre todos.

## CONCLUSIONES

En coherencia con los objetivos formulados y con las preguntas de investigación planteadas, a partir de los resultados obtenidos se pueden establecer las siguientes conclusiones, que sintetizan las principales oportunidades y limitaciones del periodismo móvil en la provincia de Imbabura.

**El periodismo móvil en Imbabura constituye una oportunidad real para democratizar el acceso a la información y ampliar la participación ciudadana.**

Se observa que el uso del teléfono móvil como herramienta principal para informarse hace que las noticias se muevan de manera más rápida, directa y cercana, sobre todo entre jóvenes y en comunidades rurales donde los medios tradicionales casi no tienen presencia, de modo que la combinación entre acceso sencillo a la tecnología, bajos costos y posibilidad de crear contenidos desde los propios territorios permite que grupos que antes casi no eran escuchados puedan mostrar sus problemas, contar lo que viven y sumarse a la construcción del espacio público.

**Las debilidades técnicas, éticas y de infraestructura limitan la efectividad del periodismo móvil y afectan su credibilidad.**

Al mismo tiempo, junto con estas posibilidades aparecen obstáculos claros, como la falta de formación técnica y ética en muchos comunicadores móviles, la carencia de protocolos definidos para comprobar la información, las fallas de conectividad en zonas rurales y la presencia de contenidos superficiales o sensacionalistas que se impulsan por la lógica de la viralidad, todo lo cual termina bajando la calidad del mensaje, generando desconfianza en las audiencias y complicando la construcción de una comunicación responsable orientada al bien común, por lo que la efectividad del periodismo móvil depende de que logre equilibrar rapidez con precisión y libertad para informar con responsabilidad social.

**El periodismo móvil tiene un impacto visible en la opinión pública y en los hábitos informativos de la ciudadanía, pero su influencia se caracteriza por un fuerte componente emocional y por riesgos de desinformación.**

Los resultados muestran que para muchos sectores de la población el celular se ha convertido en la puerta principal de acceso a la información y esto cambia la manera de consumir noticias

y participar en el debate público, ya que las personas siguen contenidos, comentan y opinan desde sus dispositivos y se sienten más cerca de los hechos de su entorno, aunque esta misma inmediatez y el tono espontáneo que suelen tener los contenidos de periodismo móvil hacen que circule información sin suficientes filtros, lo que abre espacio a rumores, errores y noticias falsas que pueden deformar la realidad, reforzar prejuicios y profundizar las divisiones entre distintos grupos sociales.

**El periodismo móvil y el periodismo tradicional se perciben de manera complementaria, pero existe una tensión permanente entre cercanía/inmediatez y rigor/profundidad.**

En la percepción de la ciudadanía, el periodismo tradicional se asocia con mayor formalidad y con procesos de verificación más sólidos, mientras que el periodismo móvil se valora por su rapidez, su lenguaje sencillo y su cercanía con la gente, por lo que en la práctica las personas combinan ambos modelos para informarse, usando el móvil para seguir de inmediato lo que pasa y recurriendo a los medios tradicionales como referencia de credibilidad, lo que muestra que el desafío no está en que uno reemplace al otro, sino en encontrar formas de articulación que permitan que la inmediatez del periodismo móvil no vaya en contra del rigor y la profundidad necesarios para sostener un debate público de calidad.

**La optimización del periodismo móvil en Imbabura requiere estrategias integrales centradas en la formación, la articulación entre actores y la producción responsable de contenidos.**

De los hallazgos se desprende que es necesario impulsar procesos de capacitación técnica y ética para quienes realizan periodismo móvil, promover redes de trabajo conjunto entre medios tradicionales, periodistas digitales y organizaciones sociales, y fomentar espacios de producción colectiva con enfoque comunitario, de manera que el periodismo móvil deje de verse solo como un canal rápido y fragmentado y pueda consolidarse como una herramienta para fortalecer la participación ciudadana crítica, la diversidad de voces y una comunicación más democrática en la provincia.

## RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones alcanzadas y en coherencia con los objetivos y la pregunta de investigación sobre las oportunidades, obstáculos e impacto del periodismo móvil en la construcción de una comunicación efectiva en Imbabura, se plantean las siguientes recomendaciones dirigidas a periodistas móviles, medios de comunicación, organizaciones sociales, instituciones públicas y académicas:

### **Fortalecer la formación técnica y ética de quienes realizan periodismo móvil.**

Se recomienda que universidades, organizaciones de la sociedad civil, gremios periodísticos y gobiernos locales diseñen e implementen procesos de capacitación específicos para comunicadores que trabajan con dispositivos móviles, de manera que se aborden temas como producción audiovisual básica, edición para redes sociales, tratamiento de contenidos sensibles, manejo adecuado de fuentes y principios éticos del oficio, pues solo así la rapidez y cercanía del periodismo móvil podrá sostenerse en estándares mínimos de calidad, veracidad y respeto a las audiencias.

### **Diseñar y aplicar protocolos de verificación y lineamientos editoriales adaptados al entorno móvil.**

Para enfrentar los riesgos de desinformación y el carácter emocional de muchos contenidos, se sugiere que los proyectos de periodismo móvil y las páginas informativas digitales elaboren guías claras sobre cómo contrastar datos, qué tipo de fuentes se consideran confiables, cómo proceder ante rumores y errores y de qué forma se comunica una rectificación a la audiencia, procurando que estos lineamientos sean conocidos por todo el equipo de trabajo y se hagan públicos, con el fin de fortalecer la confianza y aportar a una opinión pública más informada.

### **Mejorar la conectividad y el acceso a tecnologías en zonas rurales y periféricas.**

Dado que una parte importante del potencial del periodismo móvil está en llegar a comunidades donde los medios tradicionales casi no están presentes, se recomienda que las autoridades locales y nacionales impulsen políticas públicas orientadas a ampliar la cobertura de internet, abaratar costos de acceso y mejorar la infraestructura digital en parroquias rurales y barrios periféricos, de modo que estas poblaciones puedan no solo consumir información, sino también producir y difundir sus propios contenidos en condiciones más equitativas.

Impulsar programas de alfabetización mediática y digital para la ciudadanía. Considerando que el celular se ha convertido en la principal puerta de entrada a la información y que esto incrementa la exposición a rumores y noticias falsas, se sugiere desarrollar procesos educativos en escuelas, colegios, organizaciones barriales y espacios comunitarios que ayuden a las personas a interpretar críticamente los contenidos que reciben, identificar discursos manipuladores, reconocer noticias falsas y usar las redes sociales como espacios de participación responsable, de manera que el impacto del periodismo móvil sobre la opinión pública se oriente hacia una ciudadanía más crítica y menos vulnerable a la desinformación.

### **Articular de manera más estrecha el periodismo móvil con el periodismo tradicional.**

En vista de que la población recurre a ambos modelos para informarse y que los percibe como complementarios, se recomienda promover alianzas entre medios tradicionales, periodistas móviles y reporteros comunitarios, a través de coberturas conjuntas, intercambio de contenidos, mentorías y acuerdos editoriales básicos, de modo que la inmediatez y cercanía del periodismo móvil se combine con el rigor, la verificación y la profundidad analítica de los medios tradicionales, evitando contraponer ambos modelos y aprovechando sus fortalezas para mejorar la calidad del debate público.

### **Fomentar espacios de producción colectiva y reconocimiento de contenidos con impacto social.**

Con el fin de que el periodismo móvil no se limite a piezas fragmentadas o sensacionalistas, se recomienda crear laboratorios de comunicación comunitaria, convocatorias de historias locales y plataformas digitales que prioricen contenidos verificados, con enfoque comunitario y pertinencia territorial, acompañando a los comunicadores en todo el proceso de producción y ofreciendo instancias de retroalimentación, de manera que las narrativas surgidas desde las comunidades sean visibles, valoradas y contribuyan a fortalecer la identidad local y la participación ciudadana.

### **Crear mecanismos de diálogo y rendición de cuentas entre periodistas móviles y audiencias.**

Finalmente, se sugiere instalar espacios periódicos —foros, transmisiones en vivo, encuentros comunitarios o mesas de trabajo— donde las audiencias puedan expresar sus inquietudes, cuestionar enfoques, señalar errores y plantear necesidades informativas, y donde los

comunicadores móviles expliquen sus criterios de selección y tratamiento de la información, de forma que se construya una relación más transparente y horizontal que contribuya a mejorar las prácticas profesionales y a reforzar la confianza en el periodismo móvil como herramienta para una comunicación más democrática en Imbabura.

## REFERENCIAS

- Altamirano, V. R., & Baquerizo, G. (2022). Política 2.0 en Ecuador. Análisis del discurso y la comunicación política en Facebook. *Revista Latina de comunicación social*, 21-23.  
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1647>
- Baquero, J. (2015). *Metodología de la investigación jurídica*. Quito: Universidad de Los Hemisferios.  
[https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25442w/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_juridica.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25442w/Metodologia_de_la_investigacion_juridica.pdf)
- Bedoya, G. (2021). La prensa como objeto de investigación para un estudio histórico de la literatura colombiana. Balance historiográfico y establecimiento del corpus. *Estudios de Literatura Colombiana*, 1-22.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4983/498355932006.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Medellín: Pearson Education.  
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Buitrago, A. (2023). *Teoría efecto cultivo*.  
<https://genowhirl12.wixsite.com/rincomun/post/teor%C3%ADa-efecto-cultivo>
- Burau, E. (2016). *Los medios digitales y su influencia en la formación profesional de los estudiantes de la facultad de ciencias de la comunicacion periodo lectivo 2011 - 2015*. Manta: Repositorio de la Universidad Laica " Eloy Alfaro".  
<https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/1333/1/ULEAM-POSG-PER-0013.pdf>
- Cabrera, T., & López, M. (2014). Campaña política a través de redes sociales. *Revista ComHumanitas*, 65-72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5845775>

- Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 1(1), 13-24.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3660767>
- Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. (2013). *La democratización de la comunicación y la información en América Latina*. Encuentros Ediciones CIESPAL.  
<https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/americas/democratizacion-de-la-comunicacion.pdf>
- Chacater, A. (2019). *Criterios de emplazamiento utilizados por los medios impresos Los Andes y la Prensa de Riobamba, Periodos Enero- Junio 2018*. Riobamba: Repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6348/1/Tesis%20A.Chacater.pdf>
- Contreras, R. (2021). Comunicación y cultura. *Obra digital*, 1-4.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7500601.pdf>
- Cordero, L. (2020). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 1-7.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322018000300013](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013)
- Cruz, S. (2018). *Análisis de la información que publicaba la sección de ciencia y tecnología del diario el Comercio*. Quito: Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana.  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4315/1/UPS-QT03616.pdf>
- Dávila, G. (2021). Medios de comunicación alternativos y principios educativos para un nuevo mundo. *Chasqui revista latinoamericana de comunicación*, 1-32.  
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18405/1/REXTN-Ch146-10-Barranquero.pdf>

- De Aguinaga, E. (2020). Nuevo concepto de Redacción Periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1-19.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/ESMP0000110307A/12950/>
- Espinel, A. (2022). Periodismo: Nueva forma de educar. *Ciencia Latina*, 3(6), 1-16.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i3.2235](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2235)
- Figuerio, J., Oliveira, J., & Mancinas, R. (2022). TikTok como herramienta de comunicación política de los presidentes iberoamericano. *Redes sociales y ciudadanía · Grupo Comunicar Ediciones*, 103-112. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- Fleischman, L., Ginesta, X., & Lopez, M. (2019). Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español. *Andamios. Revista de Investigación Social*, 1-30. <https://www.redalyc.org/pdf/628/62812720011.pdf>
- García, H. (2008). Vivir con la televisión. 30 años de análisis de cultivo. *Anagramas*, 1-16.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4851587.pdf>
- Gomez, J., & Simón, F. (2018). La comunicación. *Salus*, 1-3.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Gonzales, S. d. (2022, febrero 01). *Paul Watzlawick y la teoría de la comunicación humana*.  
<https://lamenteesmaravillosa.com/paul-watzlawick-y-la-teoria-de-la-comunicacion-humana/>
- Goodman, R. (2024). *Populism, Demagoguery, and Rhetoric in Historical Perspective*. Oxford University Press. [https://www.amazon.com/Giuseppe-Ballacci-ebook/dp/B0DHX2KB4T/?\\_encoding=UTF8&pd\\_rd\\_w=hyaJS&content-id=amzn1.sym.0fb2cce1-1ca4-439a-844b-8ad0b1fb77f7&pf\\_rd\\_p=0fb2cce1-1ca4-439a-844b-8ad0b1fb77f7&pf\\_rd\\_r=139-3842194-2099231&pd\\_rd\\_wg=Gbplg&pd\\_rd\\_r=8b40e3a1-8](https://www.amazon.com/Giuseppe-Ballacci-ebook/dp/B0DHX2KB4T/?_encoding=UTF8&pd_rd_w=hyaJS&content-id=amzn1.sym.0fb2cce1-1ca4-439a-844b-8ad0b1fb77f7&pf_rd_p=0fb2cce1-1ca4-439a-844b-8ad0b1fb77f7&pf_rd_r=139-3842194-2099231&pd_rd_wg=Gbplg&pd_rd_r=8b40e3a1-8)

- Hernandez, W. (2021). *La televisión y el análisis del cultivo (Gerbner)*.  
<https://politicaymedios.net/la-television-y-el-analisis-del-cultivo-gerbner/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2022). Censo de población de 2022., (p. 425). Quito. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Libros\\_Censos/17.%20IV\\_Censo\\_de\\_Pobl\\_1982\\_Resumen\\_Nac.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Libros_Censos/17.%20IV_Censo_de_Pobl_1982_Resumen_Nac.pdf)
- Kaplun, G. (2019). *La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial*. Quito: Repositorio de la Flacso Ecuador.  
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18265>
- Lemus, M. (2018). Procesos, prácticas y actores de comunicación alternativa digital en el contexto mexicano. *Global media journal*, 1-17.  
<https://www.redalyc.org/journal/687/68758895013/html/>
- López, P., & Facheli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: UAB.  
[https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsoocua\\_a2016\\_cap1-2.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsoocua_a2016_cap1-2.pdf)
- Martínez, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Quito: Cengage.  
<https://latam.cengage.com/libros/metodologia-de-la-investigacion-2/>
- Matamoros, A. (2022). *Elementos de la comunicación y descontextualización de la información en la directiva del barrio 16 de Julio del cantón La Libertad*. La libertad: Repositorio de la Universidad Estatal de Santa Elena.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8532>
- Mendé, M. (1999). La comunicación política: un espacio de confrontación. *Revista Comunicar 13: Comunicación, educación y democracia*, 7(13), 201-208.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C13-1999-33>

- Mendez, E. (2017). *Propuesta de políticas de comunicación desde la perspectiva ética en el benemerito cuerpo de bomberos de la ciudad de Cuenca*. Cuenca: [Tesis de grado] Universidad de Cuenca.  
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27677/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20pdf..pdf>
- Monje, C. (2021). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Facultad de ciencias sociales y humanas. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Morales, S. (2023). Democratizar la información es democratizar el poder y apostar al desarrollo. *Escuela de Ciencias de la Información - Universidad Nacional de Córdoba*, 1-6.  
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/download/2157/4543/13565>
- Naranjo, M. (2018, diciembre 2). Perspectivas sobre la comunicación. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 1-33.  
<https://www.redalyc.org/pdf/447/44750218.pdf>
- Nicolás, O. (2024). Periodismo Ciudadano. Nuevas formas de comunicación, información y acción social. *Revista de Estudios de Juventud*(105), 9-23.  
[https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista105\\_1-periodismo-ciudadano-nuevas-formas-de-comunicacion-e-informacion.pdf](https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista105_1-periodismo-ciudadano-nuevas-formas-de-comunicacion-e-informacion.pdf)
- Posligua, I., & Ramírez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 8(1), 285-300. <https://doi.org/https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a15>
- Puente, G. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita*. Quito: Repositorio de la Pontificia Universidad

- Catolica del Ecuador. <https://repositorio.puce.edu.ec/items/37cfa552-a5b5-49dd-b2f0-21909d0130ec>
- Ríos, I. (2021). Comunicación en salud: Conceptos y modelos teóricos. *Perspectivas de la comunicación*, 4(1), 123-140. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3750541.pdf>
- Rivera, D. (2021). Breve historia de la prensa en Ecuador. *Chasqui*, 1-16. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5165/1/RFLACSO-CH119-01-Rivera.pdf>
- Rizo, M. (2021). Reseña de "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick. *Razon y palabra*, 1-14. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706028.pdf>
- Robledo, K. (2018). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 1-27. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6057561.pdf>
- Ronda, J. (2024). El periodismo especializado: el gran reto del periodista. *Idus*, 1-13. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74193/Pages%20from%20Ambitos-10-7.pdf>
- Rotelli, N. (2022). *Las prácticas de los periodistas con relación a las fuentes informativas en el proceso de construcción de las noticias en los medios gráficos argentinos*. Quito: Repositorio de la Flacso. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19380/2/TFLACSO-2022%20NR.pdf>
- Ruiz, I., & Flores, A. (2023). Impacto de las campañas de comunicación social en la vida de mujeres defensoras de cuerpos-territorio en el Perú: caso Máxima Acuña Atalaya. *Desde el Sur*, 15(3), 1-24. <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v15n3/2415-0959-des-15-03-e0043.pdf>
- Salazar, A. (2020). *Medios Tradicionales Y Digitales, Información O Desinformación: Análisis En La Paralización Indígena Del 03 Al 13 De Octubre Del 2019 En Ecuador*.

Ambato: Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato.

<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c5dc863d-d763-485d-817e-30233389be36/content>

Sánchez, P. (2021). *Algoritmos, personalización y comunicación de la ciencia Un análisis del uso de ADS en el desarrollo de campañas de donación de células en Colombia.*

Repositorio Universidad de Rosario.

<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/76c7e0b3-a380-44e3-b5f0-e08cd39ad960/content>

Sotelo, J., & Cabezuelo, F. (2020). Periodistas, política y lectores: un estudio del periodismo como espacio de significados abierto. *Sphera Pública*, 1-15.

<https://www.redalyc.org/pdf/297/29719345010.pdf>

Suárez, J., & del Campo, G. (2024). Algoritmos en redes sociales y estrategias

comunicacionales para el posicionamiento de medios tradicionales. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, , V(6), 1670-1776.

<https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3114>

Taco, G. (2018). *El periodismo investigativo y el contenido del noticiero estelar de Unimax canal 34 del canton Ambato.* Ambato: Repositorio de la Universidad Tecnica de

Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/051540c6-7a24-4ce9-b293-d2e7de5a1be6/content>

Torres, A. (2017, mayo 17). *La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick.*

<https://psicologiaymente.com/social/teoria-comunicacion-humana-paul-watzlawick>

Vaca, A., Larrea, C., & Ruales, R. (2023). Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la Era Digital. *Revista Enfoques de la Comunicación*(10), 24-73.

<https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/134/551>

Vallejos, G. (2018). El trabajo de los periodistas, una tendencia en la investigación de la comunicación en el Ecuador. *Revista EAC*, 1-6.

<https://revistas.unl.edu.ec/index.php/eac/article/viewFile/301/274>

Villacrez, A. (2021). *Medios tradicionales y medios alternativos en Cuenca*. Cuenca: Repositorio de la Universidad Politecnica Salesiana.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23713/1/UPS-CT010176.pdf>

Viñas, R., Belinche, M., & Secul, C. L. (2023). Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio. : Disputas y tensiones en el escenario latinoamericano. *Más Poder Local*, 43-59.

<https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/118>

Viñas, R., Belinche, M., Secul, C., & López, Y. (2023). Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio. Disputas y tensiones en el escenario latinoamericano. *Revista Más Poder Local*(51), 43-59.

<https://doi.org/https://doi.org/%2010.56151/maspoderlocal.118>

## ANEXOS

### Anexo N.1

**Tema:** El periodismo móvil en Imbabura: un análisis de la influencia en la opinión pública como alternativa o refuerzo del periodismo tradicional

#### Encuesta

#### Estimado/a participante:

Reciba un cordial saludo. Esta encuesta forma parte de una investigación académica cuyo propósito es conocer cómo el uso de plataformas móviles para informarse, está influyendo en la opinión pública de los ciudadanos de Ibarra, La Esperanza y Angochagua. Su participación es voluntaria, confidencial y muy valiosa para nosotros. Le agradecemos por dedicar unos minutos de su tiempo a responder con sinceridad.

**Objetivos:**

Recoger la percepción de hombres y mujeres entre 28 y 45 años, residentes en zonas urbanas y rurales de Imbabura, respecto a la influencia del periodismo móvil en la construcción de su opinión pública, en contraste con los medios tradicionales.

**Instrucciones:**

Por favor, indique su nivel de acuerdo con cada afirmación marcando una opción del 1 al 5, donde:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

**Preguntas**

11. Utilizo frecuentemente mi teléfono móvil para acceder a noticias locales, nacionales o internacionales.

1  2  3  4  5

12. Las noticias que leo o veo desde mi celular influyen en la forma en que entiendo los problemas sociales.

1  2  3  4  5

13. Confío más en los contenidos informativos que recibo por redes sociales que en los que transmite la televisión o la radio.

1  2  3  4  5

14. Considero que el periodismo móvil permite una información más rápida y oportuna que los medios tradicionales.

1  2  3  4  5

15. El contenido que consumo en mi celular ha cambiado mi forma de pensar sobre temas políticos o sociales.

1  2  3  4  5

16. Sigo cuentas de periodistas o medios digitales independientes a través de mi dispositivo móvil.

1  2  3  4  5

17. Siento que tengo mayor acceso a diferentes puntos de vista gracias a las noticias difundidas por medios móviles.

1  2  3  4  5

18. El periodismo móvil me permite participar y comentar más activamente que los medios tradicionales.

1  2  3  4  5

19. Las noticias que leo en mi celular tienen más impacto emocional que las que veo en medios tradicionales.

1  2  3  4  5

20. El periodismo móvil debería complementar y no reemplazar al periodismo tradicional.

1  2  3  4  5

¡Gracias por su colaboración!

Sus respuestas contribuirán significativamente a comprender el papel del periodismo móvil en nuestra provincia. Si desea conocer los resultados de este estudio, puede dejar su correo electrónico de manera opcional al final del formulario.

## **Anexo N.2**

**Tema:** El periodismo móvil en Imbabura: un análisis de la influencia en la opinión pública como alternativa o refuerzo del periodismo tradicional

## **Entrevista**

**Dirigida a:** Periodista locales

### **Estimado/a periodista:**

Reciba un cordial saludo. Esta entrevista forma parte de una investigación académica cuyo propósito es analizar la influencia del periodismo móvil en la opinión pública de Imbabura y su rol como alternativa o refuerzo del periodismo tradicional. Su experiencia profesional es fundamental para enriquecer este análisis. Agradecemos profundamente su participación, la cual será tratada con absoluta confidencialidad y con fines estrictamente investigativos.

### **Objetivo de la entrevista**

Recoger las percepciones, experiencias y valoraciones de periodistas en ejercicio dentro de medios tradicionales y digitales de Imbabura sobre el impacto del periodismo móvil en las prácticas periodísticas, el consumo de información y la formación de opinión pública en su entorno.

### **Preguntas**

1. ¿Cómo describiría la transformación que ha tenido el ejercicio del periodismo local con la aparición de las plataformas móviles?
2. ¿Qué ventajas o limitaciones ha identificado en el uso de dispositivos móviles para producir y difundir contenidos informativos?
3. ¿Qué tan relevante considera que es el periodismo móvil en la formación de opinión pública en la provincia de Imbabura?
4. ¿Cree usted que los ciudadanos confían más en la información que reciben por medios móviles que en los tradicionales? ¿Por qué?
5. ¿Qué cambios ha observado en el comportamiento informativo del público a raíz del uso de teléfonos inteligentes y redes sociales?
6. ¿Cómo se integran actualmente las estrategias móviles en los medios tradicionales donde usted labora o ha laborado?
7. ¿Considera que el periodismo móvil ha logrado democratizar la producción de contenidos periodísticos? ¿Qué riesgos ve en ello?

8. ¿Qué papel juegan las plataformas móviles en la cobertura de noticias urgentes o emergentes en zonas rurales de Imbabura?
9. ¿De qué manera los medios tradicionales han debido adaptarse frente al crecimiento del periodismo móvil?
10. ¿Cuál cree usted que debe ser el camino a seguir para lograr una coexistencia efectiva entre el periodismo móvil y el tradicional?

Le agradecemos profundamente por su tiempo y sus valiosos aportes. Sus respuestas ayudarán a comprender mejor el papel que cumple el periodismo móvil en la actualidad y su relación con las dinámicas tradicionales de informar. Si desea recibir una copia del informe final de esta investigación, con gusto se la haremos llegar.

### **Anexo N.3**

**Tema:** El periodismo móvil en Imbabura: un análisis de la influencia en la opinión pública como alternativa o refuerzo del periodismo tradicional

#### **Entrevista**

**Dirigida a:** Representantes de ONGs

**Estimado/a líder comunitario/a o representante de organización social:**

Reciba un cordial saludo. Esta entrevista forma parte de una investigación académica centrada en el análisis del periodismo móvil en Imbabura, su influencia en la opinión pública y su papel como alternativa o complemento del periodismo tradicional. Su experiencia y visión desde el trabajo comunitario o social resultan fundamentales para entender cómo esta nueva forma de comunicación está influyendo en los procesos sociales, la información ciudadana y la participación comunitaria. Le agradecemos de antemano su tiempo y colaboración.

#### **Objetivo de la entrevista**

Conocer las percepciones, experiencias y valoraciones de representantes de organizaciones sociales y líderes comunitarios de Imbabura sobre el impacto social que tiene el periodismo móvil en las dinámicas informativas, la participación ciudadana y la construcción de opinión pública en contextos urbanos y rurales.

#### **Preguntas abiertas**

1. ¿Qué rol considera usted que cumple el periodismo móvil en la forma en que las comunidades se informan actualmente?
2. ¿Ha observado cambios en la participación o el interés ciudadano en temas sociales a raíz del acceso a noticias desde celulares o redes sociales?

3. ¿Cómo influye el contenido informativo que circula por medios móviles en la organización o movilización comunitaria?
4. ¿Cree usted que el periodismo móvil ha dado mayor voz a sectores históricamente marginados o poco visibilizados por los medios tradicionales?
5. ¿Existen riesgos o desafíos sociales relacionados con el uso extendido de plataformas móviles para informarse?
6. ¿Qué tipo de noticias o contenidos suelen tener mayor impacto en la comunidad cuando se difunden por medios móviles?
7. ¿Ha trabajado su organización con periodistas móviles o medios digitales para la difusión de problemáticas sociales locales?
8. ¿Qué percepción tienen los ciudadanos con los que usted trabaja sobre la veracidad o confiabilidad de las noticias que consumen en sus celulares?
9. ¿Cómo se puede fortalecer el vínculo entre periodismo móvil y procesos comunitarios o sociales en Imbabura?
10. ¿Qué recomendaciones haría usted para que el periodismo móvil tenga un mayor impacto positivo en las comunidades de la provincia?

Muchas gracias por su tiempo y por compartir su experiencia. Sus respuestas aportarán significativamente a comprender el impacto social del periodismo móvil en nuestra provincia. Si desea recibir una copia del informe de esta investigación, con gusto podremos hacérsela llegar a través de su organización o correo electrónico.

